

บทที่ 7

สภาพแวดล้อมและผลกระทบ

เค้าโครงเรื่อง

เครื่องซีภาวะเศรษฐกิจมหภาค ภาวะเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจใหม่ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและผลกระทบประเทศไทย ประเทศเวียดนามคู่แข่งใหม่

สาระสำคัญ

1. เครื่องซีภาวะเศรษฐกิจมหภาค
2. ภาวะเศรษฐกิจโลก
3. เศรษฐกิจใหม่
4. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
5. จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและผลกระทบประเทศไทย
6. ประเทศเวียดนามคู่แข่งใหม่

จุดประสงค์ของการเรียนรู้

1. ให้นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับเครื่องซีภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย
2. เพื่อให้รู้ถึงการเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจใหม่ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. สามารถวิเคราะห์คู่แข่งชั้นของประเทศไทย เช่น จีน เวียดนาม และผลกระทบต่อประเทศไทย

ความนำ

การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ผู้นำเข้า ผู้ส่งออกและผู้ประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ประเภทต่างๆต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่หลากหลายทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค เนื่องจากการดำเนินธุรกิจย่อมได้รับผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมต่างๆทั้งภายในและภายนอกองค์การอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สภาพแวดล้อมธุรกิจระหว่างประเทศจำแนกเป็น สภาพแวดล้อมเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมการเมืองและกฎหมาย สภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ

สภาพแวดล้อมเทคโนโลยี ปัจจุบันธุรกิจระหว่างประเทศได้ปรับโครงสร้างการบริหารให้แปรเปลี่ยนตามสมัยได้นำเทคโนโลยีหรือวิทยาการใหม่ๆมาใช้ เช่น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องข่ายการสื่อสารและโทรคมนาคม อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังได้พัฒนาทางด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการให้บริการ เช่น เครื่องจักรสมองกล เป็นต้น

สภาพแวดล้อมการเมืองและกฎหมาย หมายถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลและการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของกลุ่มเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศ เช่น นโยบายของรัฐ กฎหมาย มติคณะรัฐมนตรีและกฎระเบียบต่างๆ ความมั่นคงของรัฐบาล บทบาททางการเมืองของกลุ่มเศรษฐกิจมหาอำนาจและพฤติกรรมทางการเมือง เป็นต้น

สภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างลักษณะของสังคมและการปฏิบัติเป็นกิจวัตรประจำชาติ มีตัวแปรต่างๆ เช่น จำนวนประชากรอัตราการเกิดการตาย โครงสร้างของประเทศระดับการศึกษาและอัตราการรู้หนังสือของประชากร ขนบธรรมเนียม ประเพณีแบบแผนการดำเนินชีวิต พฤติกรรม การประกอบอาชีพ ความเชื่อถือ ค่านิยมและวัฒนธรรม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค โทรคมนาคม การกระจายรายได้และความเป็นธรรมในสังคม

สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ หมายถึงทั้งในประเทศและระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการธุรกิจ ตัวแปรมีจำนวนมากมาย เช่น อัตราการขยายตัวด้านเศรษฐกิจ ผลผลิตรวมภายในประเทศ การค้าระหว่างประเทศ อัตราการว่างงาน ภาวะจ้างงานและค่าแรง การลงทุนภาคเอกชน ราคาน้ำมัน หนี้สาธารณะเงินคงคลัง การเงินการธนาคาร อัตราเพิ่มของระดับราคาและดัชนีราคา เป็นต้น นักศึกษาสามารถศึกษาขนาดเศรษฐกิจของแต่ละประเทศโดยสังเกตจากเครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจมหภาค

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจมหภาค

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจมหภาคของไทยและประเทศอื่นๆสามารถพิจารณาจากข้อมูลเศรษฐกิจดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (Gross National Product: GNP) คือมูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายทั้งหมดที่ผลิตขึ้นในระยะเวลาหนึ่งโดยใช้ทรัพยากรที่คนประเทศนั้นๆ เป็นเจ้าของ

- รายได้ประชาชาติ (National Income: NI) คือผลตอบแทนจากปัจจัยการผลิตซึ่งได้แก่ค่าตอบแทนแรงงาน ผลตอบแทนจากที่ดินทุนและการประกอบการ โดยมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ประชาชาติดังนี้

$$NI = GNP - \text{ค่าเสื่อมราคา} - (\text{ภาษีทางอ้อม} - \text{เงินอุดหนุน})$$

- รายได้ต่อหัว (Per Capita GNP) คำนวณจากผลิตภัณฑ์ประชาชาติหารด้วยจำนวนประชากรทั้งประเทศ นั้นหมายถึงรายได้เฉลี่ยของประชากรและอำนาจในการซื้อ

- ผลิตภัณฑ์ในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นภายในประเทศในระยะเวลาหนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงค่าทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการจะเป็นทรัพยากรของพลเมืองในประเทศหรือเป็นของชาวต่างประเทศ ในทางตรงข้ามทรัพยากรของพลเมืองในประเทศแต่ไปทำการผลิตในต่างประเทศก็ไม่นับรวมไว้ในผลิตภัณฑ์ในประเทศ

ผลิตภัณฑ์ในประเทศมีการจัดทำทั้งตามราคาปัจจุบันและราคาคงที่โดย GDP ณ. ราคาปัจจุบันคิดมูลค่าผลผลิตเป็นเงินตามราคาตลาดของสินค้าและบริการเหล่านั้น สำหรับ GDP ณ. ราคาคงที่คิดมูลค่าผลผลิตเป็นเงินตามราคาปีที่กำหนดเป็นปีฐาน

- อัตราแลกเปลี่ยน (Rate of Exchange) เป็นต้นทุนที่ผู้ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศต้องคำนึงถึงในการกำหนดราคาสินค้า ระยะเวลาการชำระเงิน

- สภาวะเศรษฐกิจ พิจารณาได้จากปัจจัยต่างๆ เช่น เงินเฟ้อซึ่งมีผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย จำนวนผู้ว่างงาน ค่าครองชีพ การลงทุน การเติบโตของเศรษฐกิจและความมั่นคง ข้อมูลการใช้กำลังการผลิตภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม ปริมาณการค้า คุณภาพการค้า คุณภาพการเงิน สถาบันการเงิน การใช้นโยบายการเงินและการคลังเป็นต้น

ผู้ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ ได้แก่ สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศเจ้าของกิจการ สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศที่ไปลงทุนและสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศเจ้าของกิจการ สถานการณ์เศรษฐกิจเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ การกำหนดนโยบายเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เช่น เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย การควบคุมดุลการค้า การลงทุนในต่างประเทศ เป็นต้น ส่งผลให้นักธุรกิจปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เชิงรุกและเร่งผลักดันการส่งออก

นอกจากนี้รัฐบาลแต่ละยุคแต่ละสมัยอาจจะมีนโยบายเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างประเทศแตกต่างกันประกอบกับการแข่งขันสูง รัฐบาลให้การสนับสนุนพัฒนาสินค้าและบริการเหนือคู่แข่งเพื่อสร้างความได้เปรียบ ดังนั้นเพื่อดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศต้องติดตามนโยบายเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาลแต่ละยุคแต่ละสมัย ตลอดจนมาตรการต่างๆ ของรัฐบาลที่ออกมาเพื่อควบคุมกิจการระหว่างประเทศและปฏิบัติตามนโยบายของประเทศคู่ค้าช่วยให้การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและขยายตัว

สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศที่ไปลงทุน มีตัวแปรสำคัญที่ต้องคำนึงถึง เช่น จำนวนประชากร โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อุปสงค์และอุปทาน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น

โครงสร้างพื้นฐาน เอื้ออำนวยการขยายตัวของธุรกิจการระหว่างประเทศ เช่น ระบบการสื่อสาร การพลังงาน ระบบการขนส่งเป็นพื้นฐานเติบโตของอุตสาหกรรมต่อเนื่องและศักยภาพการผลิตและการตลาด

อุปสงค์และอุปทาน ขนาดของจำนวนประชากรมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์และการพัฒนาเศรษฐกิจซึ่งมีผลต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

ผู้นำเข้าผู้ส่งออกและผู้ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศต้องคำนึงถึงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศซึ่งเปลี่ยนแปลงทุกวัน การคาดการณ์อัตราแลกเปลี่ยนผิดพลาดอาจทำให้ธุรกิจขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการแข่งขันในประเทศที่เข้าไปลงทุนด้วย โดยคำนึงถึงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ

สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สภาพภูมิศาสตร์ เชื้อชาติ ภาษา ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นต้น ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาคระหว่างประเทศที่สำคัญคือ สหภาพยุโรป อาเซม เอเปค อาเซียน และนาฟต้า ฯลฯ

ในบทนี้จะกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจเทคโนโลยีและผลกระทบที่มีต่อธุรกิจระหว่างประเทศ เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจใหม่ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เงินเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและผลกระทบ เวียดนามคู่แข่งรายใหม่

ตารางที่ 7.1
จำนวนประชากร

Region and Country	1990	1995	2000	2025
World Total	5,248.5	5,679.3	6,127.1	8,177.1
More developed	1,208.8	1,242.8	1,275.7	1,396.7
Less developed	4,039.7	4,436.4	4,851.5	6,780.4
Africa	645.3	753.2	877.4	1,642.9
Eastern Africa	189.7	224.7	266.2	531.4
Middle Africa	71.9	83.0	96.1	183.5
Northern Africa	143.8	164.3	185.7	295.0
Southern Africa	42.3	48.1	54.5	90.7
Western Africa	197.6	233.1	275.0	542.4
Latin America	453.2	501.3	550.0	786.6
Caribbean	34.6	37.7	40.8	57.7
Middle America	119.7	134.4	149.6	222.6
Temperate South America	49.1	52.3	55.5	70.1
Tropical South America	249.8	276.9	304.1	436.3
Northern America	275.2	286.8	297.7	347.3
East Asia	1,317.2	1,390.4	1,470.0	1,696.1
South Asia	1,740.2	1,909.4	2,073.7	2,770.6
Eastern South Asia	440.4	480.8	519.7	684.7
Middle South Asia	1,189.9	1,279.9	1,386.7	1,815.9
Western South Asia	129.9	148.7	168.3	270.0
Europe	499.5	506.5	513.1	526.9
Central Europe	115.7	118.2	121.0	131.2
Northern Europe	82.6	83.0	83.4	83.6
Southern Europe	146.4	150.0	153.1	162.8
Western Europe	154.8	155.3	155.6	149.3
Former nations of the Soviet Union	291.3	303.1	314.8	367.1
Oceania	26.7	28.5	30.4	39.5

Source: Bureau of the Census, Statistical Abstract of the United States, 1991 (Washington, D.C.: Government Printing Office, 1992), pp. 830 - 832.

ตารางที่ 7.2
เครื่องใช้เศรษฐกิจมหภาคของไทย

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546
1. จำนวนประชากร (ล้านคน) (เฉลี่ย)	60.50	61.20	61.80	61.88	61.31	62.96	63.14
2. ผลิตภัณฑ์ในประเทศ							
2.1 ผลิตภัณฑ์รวม ณ. ราคาคงที่(ปี 2531)	3,072.6	2,749.7	2,872.0	3,005.4	3,063.7	3,223.6	
(% การเปลี่ยนแปลง)	(-1.4)	(-10.5)	(4.4)	(4.6)	(1.9)	(5.2)	
ภาคเกษตรกรรม	323.9	319.0	325.9	346.9	356.1	317.8	
นอกภาคเกษตรกรรม							
2.2 ผลิตภัณฑ์รวม ณ. ราคาปัจจุบัน	2,748.7	2,430.7	2,546.1	2,658.8	2,707.6	2,905.8	
(พันล้านบาท)	4,733	4,626	4,637	4,917	5,120	5,430	
(% การเปลี่ยนแปลง)	(-2.6)	(-2.2)	(0.2)	(6.0)	(4.2)	(6.0)	
2.3 ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ(บาทต่อคน)	76,057.0	72,979.0	72,981.2	77,551.0	80,083.0	84,202.0	
3. อัตราเงินเฟ้อ							
3.1 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	92.5	100.0	100.3	101.9	103.5	104.2	105.5
(% การเปลี่ยนแปลง)	(5.6)	(8.1)	(0.3)	(1.6)	(1.6)	(10.7)	(1.3)
3.2 ดัชนีผู้บริโภคพื้นฐาน	93.3	100.0	101.7	102.5	103.8	104.2	104.4
(% การเปลี่ยนแปลง)	(4.7)	(7.2)	(1.7)	(0.7)	(1.3)	(0.4)	(0.2)
4. ราคาต่างประเทศ (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)							
4.1 สินค้าออก	56.7	52.9	56.8	67.9	63.2	66.9	18.2
4.2 สินค้าเข้า	61.3	40.7	47.5	64.2	60.7	63.4	17.1
4.3 คุณค่าการค้า	-4.6	12.2	9.3	3.7	2.5	3.5	1.1
4.4 ดุลบัญชีเดินสะพัด	-3.1	14.3	12.5	9.3	6.2	7.6	2.7
4.5 เงินทุนเคลื่อนย้ายสุทธิ	-4.3	-9.8	-7.9	-10.3	-5.1	-4.5	-2.7
5. การคลัง							
5.1 ดุลเงินสด (ปีงบประมาณ)	-87.1	-115.3	-134.4	116.6	-107.9	-118.7	
5.2 ยอดหนี้คงค้างภาครัฐฯ	735.1	936.2	1,242.3	1,956.7	2,180.8	2,316.0	
- หนี้ในประเทศ	316.6	524.9	1,012.6	1,200.0	1,337.0	1,735.5	
6. การเงิน							
6.1 ปริมาณเงิน $M_2+M_2 a^{**}$							
(พันล้านบาท)							
6.2 สินเชื่อในประเทศ							
(% การเปลี่ยนแปลง)	(34.5)	(-1.2)	(-4.2)	(-7.4)	(-6.1)	(7.8)	(7.3)
6.3 เงินฝาก (% การเปลี่ยนแปลง)	(30.5)	(-7.9)	(-5.7)	(-8.5)	(-7.5)	(8.5)	(9.2)
6.4 อัตราแลกเปลี่ยน (บาท : ดอลลาร์สหรัฐ)	31.37	46.39	37.84	40.16	44.48	43.00	42.10

ที่มา: - ธนาคารแห่งประเทศไทย

 * ไม่รวมอาหารสดและพลังงาน

 ** $M_2 a$ ตั้งแต่กราคม 2545 ไม่รวม 56 บริษัทเงินทุนที่สังกัดกิจการ

หมายเหตุ: ปี 2546 (มกราคม-มีนาคม 2546)

กิจกรรมที่ 1

ให้นักศึกษาวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจมหภาคของต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน ออสเตรเลีย ฯลฯ

ภาวะเศรษฐกิจโลก

ผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินในภูมิภาคเอเชียปี 2540 ได้ส่งผลกระทบต่อเนื้อไปยังภูมิภาคต่างๆทั่วโลก เศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในกลุ่มละตินอเมริกาชะลอตัวลงจากวิกฤตการณ์เศรษฐกิจของบราซิล

สำหรับเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศที่เคยวางแผนจากส่วนกลาง (Transition Economics) หดตัวลงเนื่องจากรัสเซียประสบปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเงินและเศรษฐกิจหดตัวอย่างรุนแรง ปริมาณการค้าโลกปี 2540 หดตัวเหลือเพียงร้อยละ 3.3 เทียบกับปีก่อนหน้ามีถึงร้อยละ 9.9

ปี 2541-2543 เศรษฐกิจโลกขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.5 ต่อปี สาเหตุจากเศรษฐกิจประเทศต่างๆได้ฟื้นตัวดีขึ้นตามลำดับอย่างต่อเนื่อง ประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเศรษฐกิจฟื้นตัวและขยายตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชียการปรับตัวทางเศรษฐกิจดีขึ้นมาก หลังจากที่ประสบวิกฤตการณ์ทางการเงิน อัตราแลกเปลี่ยนเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้นและมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 7.3
เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญของโลก

หน่วย : ร้อยละ

	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546
ปริมาณการค้าของโลก							
การขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลก ¹⁾	10.6	4.3	5.5	12.6	-0.1	2.1	6.1
ประเทศพัฒนาแล้ว	4.2	2.8	3.6	4.7	2.2	2.8	3.7
- สหรัฐอเมริกา	3.4	2.7	3.4	3.8	0.8	1.7	2.5
- สหภาพยุโรป	4.4	4.3	4.1	3.8	0.3	2.2	2.6
- ญี่ปุ่น	2.6	2.9	2.8	3.5	1.6	1.1	2.3
ประเทศกำลังพัฒนา	1.8	-1.2	0.8	2.4	-0.3	-0.5	1.1
- เอเชีย ²⁾	5.9	3.5	4.0	5.7	3.9	4.2	5.2
ประเทศที่อยู่ในช่วงการเปลี่ยนแปลง	6.6	4.0	6.1	6.7	5.6	6.1	6.3
- ยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก	1.6	-0.7	3.7	6.6	5.0	3.9	4.5
- รัสเซีย	2.6	2.4	2.2	3.8	3.0	2.7	3.8
ภาวะเงินเฟ้อ (ดัชนีราคาผู้บริโภค)	0.9	-4.9	5.4	9.0	5.0	4.4	4.9
ประเทศพัฒนาแล้ว							
- สหรัฐอเมริกา	1.7	1.3	0.9	1.3	1.8	1.2	1.5
- สหภาพยุโรป	1.9	1.2	1.4	2.1	2.4	1.2	1.9
- ญี่ปุ่น	1.9	2.0	1.5	1.6	2.3	2.3	1.9
ประเทศกำลังพัฒนา	0.3	-0.1	-1.4	-2.0	-1.2	-1.4	-1.2
- เอเชีย ²⁾	10.0	10.5	6.9	6.1	5.7	5.6	6.0
ประเทศที่อยู่ในช่วงการเปลี่ยนแปลง	4.8	7.7	2.5	1.9	2.6	2.1	3.2
- ยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก	27.4	22.1	44.1	20.2	15.9	11.3	8.8
- รัสเซีย	41.8	17.2	11.0	12.8	9.6	6.1	5.6
ดุลบัญชีเดินสะพัด(พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	14.7	27.8	85.7	20.8	20.7	15.8	11.0
ประเทศพัฒนาแล้ว	93.3	47.2	-96.0	-227.1	-118.4	-210.3	-242.2
- สหรัฐอเมริกา	-128.4	-203.8	-292.9	-410.3	-393.4	-479.6	514.9
- สหภาพยุโรป (EU)	108.6	68.5	13.7	-35.1	3.2	50.7	48.2
- ญี่ปุ่น	96.6	119.1	114.5	119.6	87.8	119.3	122.1
ประเทศกำลังพัฒนา	-58.0	-85.1	-10.2	66.7	39.6	18.9	-0.9
- เอเชีย ²⁾	8.9	47.3	46.0	45.4	39.4	33.5	18.0
ประเทศที่อยู่ในช่วงการเปลี่ยนแปลง	-24.1	-29.4	-1.9	27.1	11.8	1.4	-1.4
- ยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก	-17.3	-20.2	-23.0	-19.7	-18.7	-20.8	-23.1
- รัสเซีย	-0.4	-1.6	22.7	45.3	31.9	24.1	24.5
อัตราการว่างงาน ³⁾							
กลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว	6.9	6.8	6.4	5.9	5.9	6.4	6.5
- สหรัฐอเมริกา	4.9	4.5	4.2	4.0	4.8	5.9	6.3
- เยอรมนี ⁴⁾	9.6	9.1	8.4	7.8	7.8	8.3	8.3
- สหราชอาณาจักร	7.1	6.3	6.0	5.5	5.1	5.2	5.3
- สหภาพยุโรป (EU)	10.6	9.9	9.1	8.2	7.4	7.7	7.6
- ญี่ปุ่น	3.4	4.1	4.7	4.7	5.0	5.5	5.6

ที่มา: 1. IMF

2. WORLD ECONOMIC OUTLOOK, September 2002.

หมายเหตุ: ¹⁾ วัดจากอัตราเพิ่มของผลผลิตภายในประเทศ (GDP) ณ ราคาคงที่ ถ่วงน้ำหนักด้วย PPP-based GDP weight

²⁾ ตั้งแต่เดือนกันยายน 2542 จะเปลี่ยนแปลงการนำเสนอตัวเลข ASEAN-5 เป็น ASIA เนื่องจากขาดข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเดิม

³⁾ ร้อยละของกำลังแรงงาน

⁴⁾ รวมเยอรมนีตะวันออก

อย่างไรก็ดี ปี 2544 เศรษฐกิจโลกได้ชะลอตัวลงอีกครั้งหนึ่งโดยมีอัตราการขยายตัวปีนี้คิด
ลบร้อยละ 0.1 เทียบกับปีก่อน (2543) ร้อยละ 12.6 สาเหตุจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่ม
ประเทศต่างๆ ดังนี้

สหรัฐอเมริกา ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544
ทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคธุรกิจลดลง

สหภาพยุโรป ภาวะการผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่อ่อนตัวลงและราคาสินค้าอุปโภค
บริโภคที่สูงขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจของสหภาพยุโรปชะลอตัว

ญี่ปุ่น เศรษฐกิจยังคงตกต่ำเนื่องจากอุปสงค์ (Demand) จากประเทศคู่ค้าลดลง ประกอบ
กับมีปัญหภายในประเทศเช่น ปัญหาสถาบันการเงิน ปัญหาเศรษฐกิจถดถอยและภาวะเงินฝืด

อาเซียน และประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ซึ่งพึ่งพาการส่งออกเศรษฐกิจชะลอตัวมากตาม
เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้วและตามอุปสงค์ (Demand) ที่ลดลงของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มประเทศละตินอเมริกา (โดยเฉพาะอาร์เจนตินาและบราซิล) ตะวันออกกลาง ยุโรป
กลางและยุโรปตะวันออก แครีรัฐเอกราชและแอฟริกา เศรษฐกิจได้ชะลอตัวลงตามภาวะ
เศรษฐกิจโลกเช่นเดียวกัน

เศรษฐกิจโลกปี 2545 ขยายตัวเป็นร้อยละ 2.1 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นเทียบกับปีก่อนหน้า (2544)
เนื่องจากเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วและเอเชียขยายตัวต่อเนื่องอย่างช้าๆ โดยเศรษฐกิจ
ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตัวจักรสำคัญแม้ว่าจะยังไม่สามารถฟื้นตัวได้อย่างเต็มที่แต่เศรษฐกิจ
ได้ขยายตัวเป็นร้อยละ 1.7 เทียบกับปี 2544 มีเพียงร้อยละ 0.8 ขณะที่สหภาพยุโรปเศรษฐกิจ
ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.2 เนื่องจากยังมีปัญหาการว่างงานในระดับสูงและปัญหาการขาดดุล
งบประมาณ เยอรมนีมีขนาดเศรษฐกิจเป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มสหภาพยุโรป ประสบปัญหา
เศรษฐกิจตกต่ำอย่างมาก

ญี่ปุ่นเศรษฐกิจยังคงหดตัวอย่างต่อเนื่องปี 2545 เศรษฐกิจขยายตัวร้อยละ 1.1 เทียบกับปี
ก่อน (2544) มีถึงร้อยละ 1.6 เนื่องจากประสบปัญหาสถาบันการเงิน การว่างงานและภาวะเงินฝืด
อีกทั้งประชาชนยังขาดความมั่นใจในเศรษฐกิจเนื่องจากญี่ปุ่นประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำเรื้อรัง
มาเป็นเวลานานและยังไม่สามารถแก้ไขได้ ส่งผลให้การบริโภคภาคเอกชนและการลงทุนภาค
ธุรกิจลดลง

ประเทศลาตินอเมริกา (โดยเฉพาะอาร์เจนตินาและเวเนซุเอล่า) ยังคงเผชิญปัญหาเศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศ อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศภูมิภาคเอเชียปรับตัวดีขึ้นมาก จากการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้นและการส่งออกที่ฟื้นตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าระหว่างกันในกลุ่มภูมิภาค

ปริมาณการค้าโลกปี 2545 ขยายตัวในอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.5 เทียบกับปีก่อน (2544) หดตัวร้อยละ 0.1 อัตราเงินเฟ้อปี 2545 ลดลงจากปี 2544 โดยกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วอยู่ในระดับเฉลี่ยร้อยละ 1.2-1.5 ญี่ปุ่นอัตราเงินเฟ้อคงที่ร้อยละ 2.3 เท่ากับปี 2544 เนื่องจากประสบปัญหาเงินฝืดต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอัตราเงินเฟ้อสูงคิดเป็นร้อยละ 5.6 เป็นผลมาจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและกำลังการผลิตส่วนเกินที่มีอยู่มาก

ปี 2546 ประเมินการว่าเศรษฐกิจโลกขยายตัวสูงเป็นร้อยละ 6.1 เนื่องจากการปรับตัวและเศรษฐกิจกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ยุโรปและเอเชียขยายตัวอย่างต่อเนื่องและปริมาณการค้าโลกเพิ่มขึ้น

ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจทั่วโลก รวมทั้งเศรษฐกิจไทยคือ มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยปี 2545 - 2546 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกขยายตัวและการฟื้นตัวของประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น กลุ่มอาเซียน และกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ ทำให้ความต้องการสินค้าส่งออกไทยจากประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

ปี 2546 เศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญกับความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงเนื่องจากสาเหตุหลายประการ (1) สงครามระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรัก (2) วิกฤตราคาน้ำมันแพง (3) เหตุการณ์ก่อการร้ายข้ามประเทศและเศรษฐกิจหลายประเทศชะลอตัวการประเมินสถานการณ์จากนักวิชาการหลายสถาบัน ประเมินการว่าสาเหตุดังกล่าวอาจมาสู่ภาวะเงินฝืดปี 2546 และยืดเยื้อในปีต่อ ๆ ไป ซึ่งได้แพร่กระจายมาสู่ประเทศไทย โดยผ่านกลไกการค้าและการเคลื่อนย้ายทุนระหว่างประเทศ

ปัจจัยเสี่ยงเงินฝืด เงินฝืด (Deflation) คือ ภาวะการณ์ที่ระดับราคาสินค้าและบริการลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความหมายตรงกันข้ามกับคำว่าเงินเฟ้อ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุหลายประการเช่น การเพิ่มขึ้นของอุปทาน การหดตัวของอุปสงค์ การลดลงของต้นทุนจากปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยน หรือมาตรการปรับลดภาษีและการที่ปริมาณเงินทุนหมุนเวียนมีไม่เพียงพอต่อขนาดของระบบเศรษฐกิจ เป็นต้น (ข้อมูล: สายฐานข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย)

สาเหตุสำคัญที่อาจก่อให้เกิดปัญหาภาวะเงินฝืดปี 2546 ในประเทศต่างๆ พอสรุปโดยสังเขปดังนี้

สหรัฐอเมริกาเงินฝืด เศรษฐกิจสหรัฐบอบช้ำอย่างหนักจากปี 2544 เป็นผลมาจากความซบเซาของธุรกิจไอทีและวินาศกรรมสหรัฐฯ ทำให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ ได้ทยอยปรับลดอัตราดอกเบี้ยมาเป็นระยะตั้งแต่ปลายปี 2543 และตลอดปี 2544 รวมทั้งสิ้น 11 ครั้งจากระดับสูง 6.5% เหลือ 1.75% เมื่อสิ้นปี 2544 สิ้นปี 2545 อัตราการเติบโตมีเพียงร้อยละ 1.7 เทียบกับปี 2543 และ 2544 มีถึงร้อยละ 3.8 และ 0.8 ตามลำดับ ขณะที่เศรษฐกิจสหรัฐฯ มีแนวโน้มเงินฝืดเนื่องจากราคาสินค้าบางรายการของสหรัฐฯ ปรับลดราคาลงจากปีที่แล้ว

ตารางที่ 7.4 ราคาสินค้า

รายการ	ราคาสินค้าปี 2545 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2544 (ร้อยละ)
รถยนต์ใหม่	1.6
เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	2.2
เครื่องใช้ไฟฟ้า	2.7
คอมพิวเตอร์	20.9
เครื่องมือเครื่องจักร	1.0
โทรศัพท์	4.0
โรงแรม	2.1
ตั๋วเครื่องบิน	3.8

ที่มา: บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

ปัจจัยที่ทำให้ราคาสินค้าสหรัฐฯปรับลดลง

- เศรษฐกิจสหรัฐฯ อ่อนกำลังลง เศรษฐกิจสหรัฐฯ มีอัตราการเจริญเติบโตเชิงช้าลงในช่วง 1 – 2 ปี ที่ผ่านมามีเมื่อเทียบกับปีทศวรรษ 1990 ซึ่ง GDP เพิ่มขึ้น ในอัตราเฉลี่ยราวร้อยละ 4 ต่อ

ปี ในปี 2545 และ 2544 เศรษฐกิจสหรัฐขยายตัวเพียงร้อยละ 1.7 และ 0.8 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าปริมาณความต้องการของคนอเมริกันในช่วงระยะ 2 ปี ที่ผ่านมามีชะลอตัวลง เมื่อเทียบกับปีทศวรรษ 1990 ทำให้ตลาดสหรัฐฯ มีปริมาณสินค้าล้นตลาดสหรัฐฯและยังทำให้ระบบเศรษฐกิจมีกำลังการผลิตเหลือเฟือ

- ประสิทธิภาพการผลิตสูง สหรัฐฯ สามารถผลิตสินค้าจำนวนมากและต้นทุนต่ำ ก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคารุนแรง ทั้งนี้เนื่องจากเศรษฐกิจสหรัฐฯมีความเข้มแข็ง ในช่วงทศวรรษ 1990 ทำให้บริษัทต่าง ๆ ได้ขยายการลงทุนกันอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดมากมาย

- สินค้าจีนตีตลาด สหรัฐฯได้นำเข้าสินค้าจีนมากขึ้นและหลากหลายประเภทที่สำคัญคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้ากีฬา ของเด็กเล่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์ เป็นต้น สินค้านำเข้าจากจีนมีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันซึ่งผลิตในสหรัฐฯ ส่งผลให้คู่แข่งต้องปรับลดราคาลงในที่สุด ปัจจุบันสินค้าจีนเป็นที่นิยมของคนอเมริกันและยอมรับด้านคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากประเทศจีนได้ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นเป็นลำดับ จากการที่บริษัทต่างชาติเข้าไปลงทุนในจีนและสอนเทคนิคต่างๆให้แก่ผู้ร่วมทุนชาวจีน

ญี่ปุ่นเงินฝืด ประเทศญี่ปุ่นประสบภาวะเงินฝืดต่อเนื่องเป็นเวลานานหลายปี ขณะที่อัตราเงินเฟ้อวัด โดยดัชนีราคาผู้บริโภคติดลบทุกปี

ตารางที่ 7.5

อัตราเงินเฟ้อ

ปี	อัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ
2542	-0.3
2543	-0.8
2544	-0.7
2545	-1.0

สาเหตุที่ทำให้ประเทศญี่ปุ่นเกิดภาวะเงินฝืด มีดังนี้

- หนี้สาธารณะสูง ในช่วงหลายปีที่ผ่านมารัฐบาลได้ออกพันธบัตรกู้ยืมเงินจากประชาชนเป็นส่วนใหญ่และใช้นโยบายขาดดุลอย่างต่อเนื่อง จุดประสงค์เพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชนเพิ่มขึ้น โดยรัฐบาลคาดหวังว่านโยบายขาดดุลการคลังจะช่วยให้เศรษฐกิจญี่ปุ่นที่ชะลอตัวลงได้ฟื้นตัวขึ้น หนี้สาธารณะได้เพิ่มสูงขึ้นและการที่รัฐบาลมีหนี้สินมากทำให้ชาวญี่ปุ่นวิตกกังวลว่าจะมีการจัดเก็บภาษีมากขึ้นในอนาคต ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เก็บออมเงินยิ่งขึ้น ดังนั้นสินค้าที่จะดึงดูดให้คนซื้อต้องใช้กลยุทธ์มากมายและที่สำคัญคือลดราคา

- หนี้เอกชนสูง ปัญหาหนี้เสียในระบบธนาคารญี่ปุ่นเรื้อรังมานาน ประมาณ 425,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 8 ของ GDP ญี่ปุ่น สาเหตุจากวิกฤตฟองสบู่อสังหาริมทรัพย์แตก ส่งผลกระทบให้ราคาที่ดินอสังหาริมทรัพย์และราคาหุ้นตกต่ำ ธุรกิจจำนวนมากล้มละลาย ธนาคารพาณิชย์เข้มงวดด้านการปล่อยสินเชื่อ ระบบการเงินขาดสภาพคล่อง การว่างงานมีจำนวนสูง คนญี่ปุ่นประหยัดมากขึ้นและภาวะการค้าทั่วไปซบเซา

- เศรษฐกิจญี่ปุ่นถดถอย สินค้าออกของญี่ปุ่นส่วนใหญ่ส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐฯ เมื่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ ชะลอตัวลงส่งผลให้ภาคการส่งออกของญี่ปุ่นไม่เข้มแข็ง เนื่องจากญี่ปุ่นพึ่งพาการฟื้นตัวของส่งออกเป็นสำคัญ ทำให้อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจหดตัวปี 2544 และ 2545 มีเพียงร้อยละ 1.6 และ 1.1 ตามลำดับ ขณะที่การจัดอันดับความน่าเชื่อถือเศรษฐกิจญี่ปุ่นได้ถูกปรับลดลง คนญี่ปุ่นไม่ไว้วางใจสถานการณ์เศรษฐกิจและระมัดระวังการใช้จ่ายตามไปด้วย

- สินค้าเงินตีตลาด สินค้าเงินราคาถูกได้เข้ามาจำหน่ายในญี่ปุ่นมากขึ้น ปริมาณสินค้าจำนวนมากดังกล่าว ส่งผลกระทบซ้ำเติมสภาพเงินฝืดในประเทศญี่ปุ่น ราคาสินค้าหลายประเภทต้องปรับลดราคาลง เช่น เหน็ด เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

เยอรมนีเงินฝืด เศรษฐกิจเยอรมนีอ่อนแรงลงปี 2545 เศรษฐกิจเติบโตเพียงร้อยละ 0.2 เทียบร้อยละ 0.6 ในปีก่อน (2544) สาเหตุจากตลาดหุ้นซบเซา ราคาหุ้นลดลง สถาบันการเงินเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อ คนว่างงานจำนวนมาก รัฐบาลขาดความคล่องตัวการใช้นโยบายการคลังและการเงินเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ เนื่องจากต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์การรักษาเสถียรภาพการคลังและการเงินของกลุ่มยุโรปและธนาคารกลางยุโรป

เอเชียเงินฝืด มีหลายประเทศที่มีแนวโน้มเข้าสู่ภาวะเงินฝืด เช่น จีน ฮองกง ไต้หวันและ สิงคโปร์

- **จีน** ผลผลิตสินค้าราคาถูกออกจำหน่ายทั่วโลก มีความได้เปรียบด้านต้นทุนค่าแรงงานต่ำ สร้างความเดือดร้อนให้ผู้ผลิตมีกำไรลดลง ส่งผลกระทบต่อการลงทุนและการจ้างงาน กดดันให้ กำลังซื้อเพื่อการบริโภคภายในประเทศซบเซา ผู้บริโภคจำนวนมากชะลอการซื้อ เพื่อให้ราคาเสนอขายลดต่ำลงไปอีก

- **ฮ่องกง** ประสบปัญหาการค้าอสังหาริมทรัพย์ตกต่ำลงมากประมาณ 60% จากช่วงวิกฤติเอเชีย มูลค่าที่อยู่อาศัยลดลงเร็วกว่ามูลค่าหนี้สินที่กู้ยืมธนาคาร การลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์หยุดชะงัก คนตกงานเพิ่มมากขึ้น ประชาชนส่วนใหญ่ยากจน

- **ไต้หวันและสิงคโปร์** เศรษฐกิจหดตัวลงมีการเติบโตติดลบร้อยละ 1.2 และ 2.0 ตามลำดับ เนื่องจากประเทศทั้งสองพึ่งพาการส่งออกสินค้ากลุ่มไฮเทคไปยังตลาดหลักคือสหรัฐอเมริกา เมื่อสหรัฐกำลังซื้อลดลง ส่งผลกระทบต่อให้การลงทุนเพิ่มขึ้น การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคลดลง

ผลกระทบภาวะเงินฝืด ปัจจุบันทั่วโลกเป็นห่วงประเด็นภาวะเงินฝืดซึ่งคาดการณ์ว่าอาจจะเกิดขึ้นในอนาคตและการซ้ำเติมภาวะเงินฝืดจะมีมากขึ้น เนื่องจากการเข้าสู่ระบบการค้าโลกของประเทศกำลังพัฒนา เช่น จีนและประเทศในเอเชียตะวันออกปริมาณซัพพลายจำนวนมากมหาศาลทำให้ราคาสินค้าหลายชนิดในประเทศอุตสาหกรรมลดต่ำลงอีก อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจโลกปัจจุบันยังไม่มีภาวะเงินฝืดเพียงแต่คาดการณ์ว่าขณะนี้ประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจเริ่มมีแนวโน้มเข้าสู่ภาวะเงินฝืด ถ้าหากยังไม่เร่งรีบแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ดังนั้นภาวะการณ์ในปัจจุบันของไทยยังไม่ใช้ภาวะเงินฝืดแต่มีความเสี่ยงสูงที่เศรษฐกิจไทยจะเข้าสู่ภาวะเงินฝืด เนื่องจากเป็นผลกระทบจากปัจจัยความเสี่ยงจากประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกประเทศ ซึ่งประเทศไทยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ผลเสียของภาวะเงินฝืด คือภาคธุรกิจไม่สามารถขายสินค้าได้มากเพียงพอที่จะมีรายได้ไปจ่ายดอกเบี้ยให้สถาบันการเงิน ผู้ประกอบการมีปัญหาดสภาพคล่อง ส่งผลสะท้อนกลับกลายเป็นปัญหาหนี้เสียของสถาบันการเงินที่พอกพูนขึ้น ราคาอสังหาริมทรัพย์จะหดตัวลง ส่งผลให้มูลค่าหลักประกันที่สถาบันการเงินลดลงกลายเป็นส่วนสูญเสียที่สถาบันการเงินจะต้องแบกรับ

มากขึ้นเพิ่มระดับการออมเงินและลดความต้องการบริโภคนสินค้ายิ่งขึ้น ส่งผลซ้ำเติมภาวะเงินฝืดให้ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นอีก

แนวทางแก้ไขเพื่อป้องกันมิให้ประเทศไทยตกอยู่ในสภาวะเงินฝืด คือ ธนาคารกลางจะต้องดำเนินนโยบายการเงินแบบขยายตัวเพิ่มเติม เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ในทางปฏิบัติอาจไม่ประสบความสำเร็จในการเพิ่มระดับผลผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเศรษฐกิจตกอยู่ในช่วงของกับดักสภาพคล่อง (Liquidity Trap) เมื่อเป็นเช่นนั้นนโยบายการคลังอาจมีประสิทธิภาพมากกว่าในการกระตุ้นระดับการใช้จ่ายและการผลิตเพื่อดึงเศรษฐกิจออกจากช่วงกับดักสภาพคล่องดังกล่าว

ผลกระทบของเงินเฟ้อ เงินเฟ้อ คือ ภาวะการณ์ที่ระดับราคาสินค้าและบริการทั่วไปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นแต่เพียงเล็กน้อยเป็นปกติก็จะสร้างสิ่งจูงใจแก่ผู้ประกอบการ แต่หากเพิ่มขึ้นมากและผันผวนก็จะสร้างความไม่แน่นอนและก่อให้เกิดปัญหาต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการครองชีพของประชาชนและการขาดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

ในประเทศไทยเงินเฟ้อวัดจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภค ซึ่งเป็นดัชนีที่จัดทำขึ้นโดยกรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์โดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของราคาสินค้าและบริการต่างๆที่ผู้บริโภคซื้อหาเป็นประจำ โดยน้ำหนักของสินค้าและบริการแต่ละรายการกำหนดจากรูปแบบการใช้จ่ายของครัวเรือนซึ่งได้จากการสำรวจ ตามหลักทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์การเกิดภาวะเงินเฟ้อมาจาก 2 ปัจจัยหลัก

ปัจจัยแรก คือแรงดึงทางด้านอุปสงค์เกิดขึ้นจากระบบเศรษฐกิจมีความต้องการปริมาณสินค้าและบริการมากกว่าที่มีอยู่ในขณะนั้นๆ จึงดึงให้ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของความต้องการสินค้าและบริการอาจมาจากหลายสาเหตุ เช่น การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเงิน การดำเนินนโยบายการเงินของภาครัฐบาล การเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ในต่างประเทศและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชาชน

ปัจจัยที่สอง เกิดจากด้านต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตต้องปรับราคาสินค้าขึ้น สาเหตุที่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น อาทิ การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน การเกิดวิกฤตการณ์ทางธรรมชาติ การเพิ่มกำไรของผู้ประกอบการ การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านำเข้า ซึ่งอาจเพิ่มขึ้นตามภาวะตลาดโลกหรือผลของอัตราแลกเปลี่ยน

อัตราเงินเฟ้อปี 2545 อัตราเงินเฟ้อในปีนี้อาจขยับกดดัน ราคาสินค้าโดยทั่วไปปรับตัวขึ้นไม่สูงนัก อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยปี 2545 มีเพียงร้อยละ 0.7 ต่ำกว่าปี 2544 มีถึงร้อยละ 1.6 อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแนวโน้มอัตราเงินเฟ้อปี 2545 จะเพิ่มขึ้น ในระดับที่ไม่สูงมากแต่รัฐบาลจำเป็นต้องควบคุมและสอดส่องติดตามไม่ให้เกิดการกักตุนสินค้าเกิดขึ้น ซึ่งผลของการกักตุนสินค้าจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ราคาสินค้าในท้องตลาดเพิ่มขึ้นสูงได้ในเวลาอันรวดเร็ว อันจะส่งผลทำให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนและทำให้อัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงอย่างผิดปกติด้วย

ตารางที่ 7.6

อัตราเงินเฟ้อปี 2537 – 2546

ปี	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (Consumer Price Index) (2541 = 100)	อัตราเงินเฟ้อ (Headline Inflation) (ร้อยละ)
2537	78.2	5.2
2538	82.8	5.9
2539	87.6	5.8
2540	92.5	5.6
2541	100.0	8.1
2542	100.3	0.3
2543	101.9	1.6
2544	103.5	1.6
2545	104.2	0.7
2546	105.6	

(เฉลี่ย น.ค. - เม.ย.)

ที่มา: สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ผลกระทบจากภาวะเงินเฟ้อ อย่างไรก็ตามในกรณีของเศรษฐกิจไทยคาดว่าสถานการณ์การเงินยังอยู่ในระดับที่ดี แม้ว่าอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยมกราคม – เมษายน 2546 (4 เดือน) อยู่ที่ร้อยละ 1.0–1.3 แนวทางแก้ไขคือป้องกันความผันผวนซึ่งอาจนำมาสู่ปัญหาเงินเฟ้ออย่างรุนแรงคือทางการอาจใช้มาตรการดูแลป้องกันการกักตุนสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาชนว่าสินค้าอุปโภคบริโภคจะมีเพียงพอในยามฉุกเฉิน นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ต้องจับตาดูการขึ้นราคาสินค้าอย่างไม่สมเหตุสมผลของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันผลซ้ำเติมที่อาจผลักดันให้อัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นจนเกินขอบเขตความควบคุมของทางการ และสร้างความเดือดร้อนให้แก่ประชาชน

กิจกรรมที่ 2

ให้นักศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจโลกย้อนหลัง 10 ปี แล้ววิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ

เศรษฐกิจใหม่

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ระบบเศรษฐกิจโลกได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งโครงสร้างเศรษฐกิจ การเมือง ระบบการศึกษา ความสามารถทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นตัวเร่งให้ประเทศต่างๆเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตจากสังคมเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industrial Economy) ไปสู่สังคมเศรษฐกิจบริการ (Service Economy) ประกอบกับนวัตกรรมใหม่ระบบการสื่อสารก้าวหน้าทันสมัยและรวดเร็ว เครือข่ายสารสนเทศในส่วนต่างๆของโลกเชื่อมโยงความสัมพันธ์และขยายตัวกว้าง ทำให้สังคมเศรษฐกิจบริการสามารถผลิตสินค้าและบริการที่ใช้สารสนเทศหรือองค์ความรู้เข้มข้น (Information Knowledge Intensive Production) มากขึ้นประหยัดเวลาและสถานที่นี้คือโลกแห่งเศรษฐกิจใหม่และเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญประการหนึ่งในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจโลก

ความเป็นมา เศรษฐกิจใหม่ (New Economy) หรือที่เรียกว่า เศรษฐกิจยุคไอที เป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของโลก เช่น อเมริกา ยุโรป ประเทศกำลังพัฒนาในทวีปเอเชียและลาตินอเมริกา เป็นต้น

เศรษฐกิจใหม่เริ่มมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจโลกเมื่อผู้นำด้านการสร้างเศรษฐกิจใหม่คือ สหรัฐฯ ได้พัฒนาเศรษฐกิจเติบโตปี 1994 (พ.ศ.2537) มีอัตราผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศหรือ จี ดี พี ขยายตัวอย่างต่อเนื่องสูงกว่าร้อยละ 4 อัตราการว่างงานต่ำกว่าร้อยละ 4 และอัตราเงินเฟ้อมีเพียงร้อยละ 1.9 (นับเป็นอัตราเงินเฟ้อที่ต่ำสุดในรอบ 34 ปี) นั่นหมายถึงอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ มีความเข้มแข็งอยู่ในทิศทางที่ดี

นักวิเคราะห์เศรษฐกิจธนาคารกลางสหรัฐฯ ได้ยืนยันว่าเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีทิศทางการพัฒนาและเติบโตไม่หยุดยั้ง เกิดขึ้นจากสหรัฐฯ มีการลงทุนในธุรกิจด้านเทคโนโลยีสูงมาตั้งแต่ปี 1994 เป็นต้นมาและธุรกิจด้านการผลิตเทคโนโลยีระดับสูงมีอิทธิพลต่อมูลค่า จี ดี พี ในแต่ละปีที่ผ่านมาและแบบอย่างของการพัฒนาเศรษฐกิจในระบบใหม่ที่สหรัฐฯ ทำสำเร็จเมื่อปลายศตวรรษที่ผ่านมาทำให้ประเทศในกลุ่มยุโรปและเอเชียเริ่มก้าวหน้าตามแบบอย่างสหรัฐฯ

อย่างไรก็ดีการพัฒนาสู่เศรษฐกิจใหม่ของยุโรปและเอเชียได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องและระยะยาว เนื่องจากปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจแต่ละทวีปแตกต่างกัน แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ที่เกิดขึ้นในสหรัฐฯ ได้นำไปสู่การขยายตัวของธุรกิจเทคโนโลยีระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารไอที อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์เซมิคอนดักเตอร์และอินเทอร์เน็ต

เศรษฐกิจใหม่ (New Economy) คำจำกัดความไม่ชัดเจนและยังไม่กำหนดศัพท์เป็นทางการในราชบัณฑิตยสถาน อย่างไรก็ตามก็ได้มีนักวิชาการและบริษัทเอกชนบางแห่งได้กำหนดคำจำกัดความดังนี้

วราภรณ์ สามโกเศศ ให้คำจำกัดความ “เศรษฐกิจใหม่” คือ ความก้าวหน้าของโลกด้านการสื่อสารโทรคมนาคมและศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เมื่อทั้งสองสิ่งได้มาผสมผสานกันจนเกิดเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ เครื่องข่ายโทรคมนาคมช่วยให้คอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง เชื่อมสื่อสารทั่วโลกและก่อให้เกิดการประยุกต์ต่างๆ ขึ้นเช่น พาณิชอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce หรือบางที่เรียกว่า E-Business หรือ E-Biz) รวมทั้งนวัตกรรมในด้านฟิสิกส์ เทคโนโลยีชีววิทยาด้านการแพทย์เป็นการเปลี่ยนแปลงของอีกซีกโลกหนึ่งซึ่งเรียกว่า “New Economy”

นิตี เอียวศรีวงศ์ กล่าวถึงเศรษฐกิจใหม่เป็นระบบการผลิตที่ใช้ความรู้และข้อมูลเป็นสำคัญมากกว่าการใช้เครื่องจักรหรือวัตถุดิบ ดังนั้นคำจำกัดความของ “เศรษฐกิจใหม่” คือ ระบบที่ใช้ปัจจัยความรู้และข้อมูล โดยปัจจัยทั้งสองได้มาจากการสร้างความรู้ใหม่ ข้อมูลใหม่และการบริหารจัดการทั้งความรู้และข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ

บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยจำกัด ให้คำจำกัดความ “เศรษฐกิจใหม่” คือ ประเทศต่าง ๆ นิยมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) ทำให้การผลิตและการค้าโลกมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว เทคโนโลยีสารสนเทศได้แพร่ขยายควบคุมด้านการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของคนและการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

กล่าวสรุปได้ว่า “เศรษฐกิจใหม่” คือ นวัตกรรมใหม่ในระบบเศรษฐกิจที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่และองค์ความรู้ด้านต่างๆ หรือเศรษฐกิจแห่งความรู้ (Knowledge Based Economy) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT: Information Technology) ความก้าวหน้าด้านการศึกษาค้นคว้าและวิจัย เช่น เทคโนโลยีชีวภาพ (Bio Technology) กระตุ้นให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเป็นเศรษฐกิจแห่งความรู้ สามารถดัดแปลงข้อมูลต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศปริมาณมากให้เป็นองค์ความรู้ นับเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ มีทั้งสิ้น 7 ขั้นตอนดังนี้

1. การเพิ่มการลงทุนในส่วน of ธุรกิจเทคโนโลยีระดับสูง
2. การปรับปรุงโครงสร้างการดำเนินงานของแต่ละบริษัท เช่น นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตและการเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการขาย การลดต้นทุน
3. เปิดตลาดการเงินเพื่อกระตุ้นการลงทุนเคลื่อนย้ายเงินโดยตรงจากต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันได้ปรับปรุงระบบการเงินภายในประเทศเพื่อให้ตลาดการเงินมีการระดมเงินทุนมากขึ้นจากธุรกิจเทคโนโลยี
4. ต้องมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร หันมาทำธุรกิจใหม่ตามการพัฒนาเทคโนโลยีในโลกปัจจุบัน
5. ต้องมีการผ่อนปรนกฎข้อบังคับในการเปิดเสรีด้านต่างๆ เช่น การสื่อสารและโทรคมนาคม
6. ผ่อนคลายกฎระเบียบตลาดแรงงาน

7. ขั้นตอนสุดท้ายของการพัฒนาเศรษฐกิจยุคใหม่จะต้องดูแลด้านอัตราเงินเฟ้อให้อยู่ในอัตราที่ต่ำและต้องปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงขึ้นเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อ

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจทั้ง 7 ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้นเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่สหรัฐฯ ได้ทำเป็นแบบอย่างในยุโรปและเอเชียเริ่มดำเนินงานตาม ซึ่งจะให้ผลดีต่อเศรษฐกิจโลกและอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

ประมาณการว่าปี 2005 (พ.ศ. 2548) ในยุโรปจะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ต่ำกว่า 500 ล้านคน แต่ภูมิภาคที่มากที่สุดคือ อเมริกาเหนือ ตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปีนั้นจะสูงเกือบ 750 ล้านคน สำหรับเอเชียอัตราการใช้จ่ายอยู่ในระดับน้อยไม่ต่ำกว่า 100 ล้านคน แต่เป็นตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราสูงเพิ่มขึ้นกว่าสองเท่าเมื่อเทียบกับปี 2544

โลกกับเศรษฐกิจใหม่ เศรษฐกิจใหม่เป็นที่น่าสนใจของประเทศต่างๆทั่วโลกหลายประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศของตนไปสู่ภูมิภาคเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) มากขึ้น ภาครัฐและเอกชนได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการประกอบกิจกรรมต่างๆอย่างกว้างขวาง เช่น ด้านการผลิต การค้าและการบริการ ในอนาคตการเปิดเสรีการค้าและการติดต่อสื่อสารโดยผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นและเพิ่มขึ้น ปัจจุบันการพาณิชย์และธุรกิจระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์คิดเป็นมูลค่านับแสนล้านเหรียญสหรัฐฯ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวในไม่กี่ปีข้างหน้า

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตัวอย่างเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) เนื่องจากได้พัฒนาประเทศให้มีลักษณะเป็นเศรษฐกิจใหม่มากที่สุด ตรงกันข้ามกับประเทศที่กำลังพัฒนาอื่นๆ เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศของตนไปสู่ภาคเศรษฐกิจใหม่โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการเติบโตอย่างรวดเร็วของระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ปัจจัยดังกล่าวช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจใหม่ ในขณะเดียวกันประเทศต่างๆทั่วโลกได้ตื่นตัวและปรับตัวให้ก้าวทันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ โดยมีการประชุมข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เป็นกระบวนการเร่งให้การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่เร็วขึ้นดังนี้

อาเซียน (ASEAN) จากการประชุมสุดยอดอาเซียนเมื่อปลายปี 2543 ผู้นำอาเซียนได้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับ “e- ASEAN Initiative” วัตถุประสงค์ให้ภูมิภาคอาเซียนมีศักยภาพด้านการแข่งขันในตลาดโลก โดยเน้นการเป็นเขตเดียวเกี่ยวกับการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลทั้งหมด

ของภูมิภาคอาเซียนต้องเชื่อมโยงเป็นเนื้อเดียวกันเปรียบเสมือนประเทศเดียวกันในเรื่องของอิเล็กทรอนิกส์

24 พฤษภาคม 2543 ผู้นำอาเซียนได้ลงนามในกรอบความตกลงด้านอิเล็กทรอนิกส์ของอาเซียน (e – ASEAN Framework Agreement) โดยมีสาระสำคัญเกี่ยวกับมาตรการพัฒนาอาเซียนเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสาระสนเทศสมบูรณ์ 5 หลัก คือ

- (1) การพัฒนาสังคมแห่งเทคโนโลยี
- (2) การส่งเสริมและอำนวยความสะดวกด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- (3) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารรัฐ
- (4) การวางโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

(5) การเปิดเสรีการค้า การบริหารและการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้แบ่งกลุ่มรับผิดชอบด้านการดำเนินงานคือ มาเลเซียรับผิดชอบด้านการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ฟิลิปปินส์รับผิดชอบด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประเทศไทยรับผิดชอบด้านการพัฒนาสังคมแห่งเทคโนโลยี สิงคโปร์รับผิดชอบด้านการอำนวยความสะดวกในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และอินโดนีเซียรับผิดชอบด้านการเปิดเสรีและการจัดทำมาตรฐานต่าง ๆ

อย่างไรก็ดีประเทศไทยได้เร่งรัดพัฒนาประเทศเป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ทั้งระบบได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ชัดเจน คือ สิงคโปร์และมาเลเซียกำหนดเป้าหมายปี ค.ศ. 2003 และ 2025 ตามลำดับ

เอเปค (APEC) สมาชิกเอเปคให้ความสำคัญกับความร่วมมือเพื่อแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยีของประเทศสมาชิก ได้ตกลงความร่วมมือกันด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เดือนพฤศจิกายน 2541 ได้จัดทำ APEC Blueprint for Action on Electronic Commerce วัตถุประสงค์หลักคือสนับสนุนให้ลดและเลิกการใช้กระดาษในการดำเนินการด้านศุลกากรและ Trade Administration ข้ามแดนและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งหรือที่เรียกว่า “Paperless Trading” ภายในปี ค.ศ. 2005 (พ.ศ. 2548) สำหรับสมาชิกที่พัฒนาแล้วและ ค.ศ. 2010 (พ.ศ. 2553) สำหรับสมาชิกประเทศกำลังพัฒนา

กุมภาพันธ์ 2544 เอเปคได้จัดประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสเอเปคครั้งที่ 1/2544 ได้จัดตั้ง e – APEC Task Force ขึ้น เพื่อทำหน้าที่ดูแลประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจใหม่ (New – Economy) 6 ประเด็นได้แก่

- การเสริมสร้างระบบตลาด
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ความร่วมมือของภาครัฐ
- การพัฒนาตลาดทุน
- การลดความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยี
- ประเด็นอื่น ๆ เช่น ICT (Information and Communication Technology) เศรษฐกิจ

ใหม่และเศรษฐกิจเดิมและ KBE (Knowledge Based Economy)

ยุโรปปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่ ประเทศต่างๆในทวีปยุโรปหลายประเทศได้พัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับกลาง จากสถิติตัวเลขของประเทศในกลุ่มยุโรปที่ลงทุนด้านสื่อสารเทคโนโลยีปี 2545 ประมาณเท่ากับร้อยละ 4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศหรือจีดีพี จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในทวีปยุโรปสูงขึ้นถึงร้อยละ 16 ของประชากรในกลุ่มยุโรปทั้งหมด ส่วนธุรกิจ อี – คอมเมอร์ซ ประเภทธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer) หรือธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business) มีมูลค่าสูงกว่า 12 พันล้านดอลลาร์สหรัฐเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2544)

ฝรั่งเศส เป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจเป็นอันดับสองของยุโรป เศรษฐกิจขยายตัวในอัตราสูง สาเหตุจากฝรั่งเศสมีแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) หรือเศรษฐกิจยุคไอที โดยการเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมไฮเทคและการสื่อสารเป็นแกนนำ ธุรกิจยุคใหม่ปารีสเป็นศูนย์กลางระดมเงินทุนในการลงทุนด้านเทคโนโลยี ทางตอนใต้ของฝรั่งเศสคือเกรนโนเบิลเป็นศูนย์กลางในการผลิตไมโครอิเล็กทรอนิกส์และเทเลคอม

เมืองซายาาคที่สวยงามของฝรั่งเศสแถบเมดิเตอร์เรเนียนคือนีซ นอกจากจะเป็นเมืองตากอากาศที่สวยงามแล้ว นีซยังเป็นศูนย์กลางการผลิตซอฟต์แวร์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญของเมืองนี้ ซึ่งบริษัทเท็กซัสอินสตรูเมนต์และไอบีเอ็ม ได้เข้ามาตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ที่เมืองนี้

เมืองตุลสอยู่ทางตอนใต้แถบตะวันตกของฝรั่งเศส เป็นศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ที่เน้นด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ตูลสเป็นเมืองที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัทแอร์บัสผู้ผลิตเครื่องบินพาณิชย์อันดับสองของโลก

สเปน ได้พัฒนาเศรษฐกิจโดยอาศัยเทคโนโลยี เมืองบาร์เซโลนาเป็นศูนย์กลางพัฒนาซอฟต์แวร์และธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตข้ามชาติ เนื่องจากสเปนจะให้บริการอินเทอร์เน็ตไปยังประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาที่ใช้ภาษาสเปนเป็นภาษาราชการ บริษัทคอมพิวเตอร์ขนาดยักษ์ของสหรัฐฯ ได้เข้ามาลงทุนตั้งบริษัทวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เช่น ฮิวเลตต์ - แพ็คการ์ด หรือ เอชพีและบริษัทโนเกียผู้ผลิตสื่อสาร เนื่องจากประเทศสเปนมีอัตราค่าแรงงานถูกกว่าด้านยุโรปตอนเหนือ

เยอรมนี เมืองแฟรงก์เฟิร์ตเป็นศูนย์กลางด้านการเงิน เป็นที่ตั้งของตลาดหลักทรัพย์และธนาคารระดับใหญ่ของยุโรป ปัจจุบันแฟรงก์เฟิร์ตมีความสำคัญเพิ่มขึ้น เป็นเมืองศูนย์กลางของการผลิตซอฟต์แวร์ที่มีชื่อเสียงและเป็นศูนย์กลางธุรกิจไบโอเทค บริษัทที่มีชื่อเสียงคือ SAP

เมืองมิวนิก เป็นเมืองสำคัญด้านการท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางของการลงทุนด้านการเงินเกี่ยวกับธุรกิจไฮเทค บริษัทธุรกิจการเงินในอเมริกาและยุโรปได้เข้ามาลงทุนธุรกิจไฮเทคโดยติดต่อกับบริษัทการเงินในเมืองมิวนิก

สวีเดนและฟินแลนด์ ประชากรนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน กิดเป็นร้อยละ 80 และร้อยละ 65 จำนวนประชากรทั้งประเทศตามลำดับ สตอกโฮมของสวีเดนเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์และบริษัทอีริกสันผู้ผลิตอุปกรณ์สื่อสารไร้สายโทรศัพท์ที่ตั้งไปทั่วโลก

ฟินแลนด์ เมืองโอลู เป็นที่ตั้งของบริษัทโนเกียจำกัด ผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือที่โด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้รัฐบาลฟินแลนด์ได้จัดตั้งมหาวิทยาลัยด้านการสื่อสารส่งเสริมให้ประชากรทำอุตสาหกรรมสื่อสาร

ประเทศยุโรปอื่นๆ เช่น เบลเยียมและเนเธอร์แลนด์ เมืองพรสทางตอนใต้ของเบลเยียมเป็นศูนย์กลางการผลิตซอฟต์แวร์ 42 ภาษาทั่วโลก หรือเป็นเมืองธุรกิจการผลิตซอฟต์แวร์ภาษาต่างๆ 42 ภาษาทั่วโลก บริษัทผู้ผลิตซอฟต์แวร์หลากหลายภาษาคือ Lernout & Hauspie Speech Products

เนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศที่ทำธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีเครือข่ายใหญ่ในยุโรป เนื่องจากเป็นเมืองท่าทางการค้าสินค้าเกษตรและยังมีธุรกิจเคเบิลที่มีชื่อเสียงอีกด้วย

ประเทศไทยกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่ ประเทศไทยได้ปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่ โดยได้กำหนดนโยบายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 และจัดทำควบคู่กับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาเมืองและชุมชน เพื่อให้การพัฒนาประเทศได้คุณภาพทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม

อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่คือ (1) ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้หรือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศยังจำกัดอยู่ในวงแคบ (2) ลักษณะโครงสร้างพื้นฐานหลักของประเทศการกระจายความเจริญหรือสาธารณูปโภคต่างๆ ยังไม่สามารถทำได้ทั่วถึงเนื่องจากประชากร ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล ดังนั้นการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ภาครัฐฯและเอกชนจะต้องร่วมมือกันเร่งรัดพัฒนาปัจจัย ที่เป็นเงื่อนไขสำคัญของการก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่ โดยรัฐบาลเป็นตัวหลักให้การสนับสนุนและเร่งรัดดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ปัจจุบันมีเพียงพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2543 เพียงฉบับเดียวเท่านั้นที่ได้ประกาศใช้ออกมา ดังนั้นรัฐบาลต้องเร่งริบการจัดทำกฎระเบียบและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายสื่อสารอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม

(2) การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบการสื่อสาร การคมนาคม และการสร้างเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศไปสู่ภูมิภาคให้เพียงพอและสอดคล้องกับการพัฒนา

(3) พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อนำประเทศไปสู่สากล รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้เพียงพอทั้งปริมาณและคุณภาพ

(4) พัฒนาการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ กระจายโอกาสการศึกษาเพื่อเพิ่มโอกาสให้คนไทยในเมืองและชนบทมีสื่อการเรียนรู้ประเภทต่าง ๆ อย่างแพร่หลายและทั่วถึง

ปัจจุบันคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ เป็นหน่วยงานหลักของประเทศทำหน้าที่กำหนดแผนพัฒนาประเทศสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา e-Thailand ขึ้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2543 โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์

เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเป็นประชาชน และผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติเป็นอนุกรรมการและเลขานุการได้กำหนดแนวทางการพัฒนาการดังนี้

(1) โครงสร้างพื้นฐานและสารสนเทศ (Information Infrastructure) เช่น การพัฒนาและการผลิตอุปกรณ์โทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า การพัฒนาและผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ใช้งานราคาถูก การจัดทำเครือข่ายข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมธุรกิจ การบริการข้อมูลเชิงธุรกิจการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

(2) การส่งเสริมและการพัฒนาสังคม (e - Society) เช่น การศึกษาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

(3) การอำนวยความสะดวกด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e - Commerce Facilitation) เช่น การจัดทำ e-Banking การอำนวยความสะดวก สร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการออกกฎหมายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

(4) การสร้างรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) การจัดทำฐานข้อมูลสถานภาพการแข่งขัน การสร้าง Electronic Market Place ระดับชาติ การจัดทำฐานข้อมูลที่เป็นยุทธศาสตร์ใช้ในการตัดสินใจ การสร้าง Supply Chain ในระดับภูมิภาคและระหว่างภูมิภาค เป็นต้น

(5) การเปิดเสรี (Liberalization) ทั้งทางด้านการลงทุน การค้าและบริการ เช่น การจัดทำ e - Investment, e - Tourism, e - Trade และ e - Service เป็นต้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจใหม่เริ่มใช้ปี 2545 - 2550 ได้จัดสัมมนาระดมสมองเพื่อนำผลสรุปด้านต่าง ๆ มาจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา e - Thailand ต่อไป

กิจกรรมที่ 3

ให้นักศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ของต่างประเทศในแถบ เอเชีย ยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น ฯลฯ

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีของการสื่อสารโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์ เป็นปัจจัยสำคัญให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว สื่อที่เรียกว่า “อินเทอร์เน็ต” ปัจจุบันเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการทำธุรกิจในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารซื้อขายสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพสูง รู้จักกันทั่วโลก “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (E – Commerce)

ธุรกิจไร้พรมแดน ปัจจุบันสินค้าและบริการต่างๆที่อยู่รอบๆตัวเราล้วนเป็นสินค้าที่มีโครงข่ายการผลิตแบบทั่วโลก ธุรกิจจำนวนมากตื่นตัวใช้อินเทอร์เน็ตและกระแส อี – คอมเมิร์ซรุนแรง เทคโนโลยีทันสมัยของอินเทอร์เน็ต (Internet) และอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ได้เปลี่ยนแปลงวิถีทางในการดำเนินธุรกิจไปสู่รูปแบบใหม่ การเปลี่ยนแปลงทำให้ อี – คอมเมิร์ซมีบทบาทกับชีวิตประจำวัน ธุรกิจในประเทศและระหว่างประเทศ รายละเอียดโดยสังเขปของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบ ประเภทการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการบริการทางการเงินในประเทศไทย แนวโน้มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และตลาด อี – คอมเมิร์ซในประเทศไทยมีดังต่อไปนี้

ความหมาย การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือ อี- คอมเมิร์ซ (E – Commerce) หมายถึงการซื้อขายสินค้า ข้อมูล บริการและดำเนินธุรกรรมเศรษฐกิจอื่น ๆ เช่น เครือข่ายโทรทัศน์ เครือข่ายโทรศัพท์ เป็นต้น ปัจจุบันการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนตลาดโลก (Global Market) มีขอบเขตกว้างขวางมากที่สุด ครอบคลุมประชากรโลกจำนวนมาก ซึ่งนิยมใช้บริการ อี – คอมเมิร์ซ

ความสำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ การสร้างเว็บไซต์ให้มีข้อมูลเป็นภาษาสากลหรือภาษาที่กลุ่มลูกค้านิยมใช้ เช่น ภาษาจีน ญี่ปุ่น เป็นต้น สามารถติดต่อกับบุคคลจำนวนมากทั่วโลก การติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตไม่จำกัดเวลาสามารถทำการค้าได้ 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุดโดยผ่านระบบอัตโนมัติ ลดความผิดพลาดในการสื่อสาร ประหยัดเวลา รวดเร็วและเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า ลดค่าใช้จ่ายบุคลากรบางส่วน ประหยัดต้นทุนการติดต่อผ่านกระดาษและโทรศัพท์แบบเดิมๆ

2. ผู้ขายใกล้ชิดกับผู้ซื้อจำนวนมาก แต่เดิมผู้ขายจะใกล้ชิดกับลูกค้าจำนวนหนึ่ง เมื่อเพิ่มสาขาจะมีลูกค้าจำนวนเพิ่มขึ้น นั่นหมายถึง ต้นทุนเพิ่มขึ้น แต่ในโลกธุรกิจ อี – คอมเมอร์ซการเปิดบริการตั้งแต่เริ่มแรกสามารถติดต่อกับลูกค้าได้ทั่วโลก ใ้บุคลากรจำนวนน้อยมีประสิทธิภาพสูงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเว็บไซต์ของบริษัทโดยการสร้างข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ให้คำปรึกษาเรื่องผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลังการขาย

3. สร้างโอกาสผู้ซื้อให้กว้างขึ้น ผู้ซื้อสามารถหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการเปรียบเทียบราคาเสนอขายของร้านค้าต่างๆ เพียงแค่พิมพ์คีย์เวิร์ดลงไป ในเครื่องมือค้นหาจะมีสินค้าเสนอขายออกมาให้เลือกมากมาย ต้นทุนในการเลือกซื้อสินค้าหรือใกล้เคียงศูนย์ ตรงข้ามกับอดีตผู้ซื้อต้องเดินทางเพื่อเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการตามร้านค้าต่างๆและเลือกซื้อจากร้านค้าที่เสนอขายราคาต่ำสุด เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อแบบหลายทางช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในบางกรณีการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ซื้อสามารถสร้างอำนาจต่อรองในการซื้อสินค้า เช่น mobshop.com ทำหน้าที่รวบรวมความต้องการสินค้าของผู้ซื้อหลายๆรายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ถ้าหากความต้องการสินค้าอย่างหนึ่งมีจำนวนผู้ซื้อมากขึ้น สามารถตกลงกับผู้จัดจำหน่ายให้เสนอขายสินค้านั้นในราคาต่ำเป็นต้น

4. ลดขั้นตอนการติดต่อธุรกิจ ระบบอินเทอร์เน็ตช่วยให้ข้อมูลสารสนเทศเคลื่อนไหวเข้าสู่ผู้ซื้อ ผู้ขาย ฝ่ายต่าง ๆ ด้านการผลิตและจำหน่ายซึ่งอยู่ห่างไกล สามารถติดต่อกันได้สะดวกและรวดเร็ว ลดคนกลาง ผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้ซื้อที่มีอิสระสามารถติดต่อกันโดยตรงผ่านตลาดอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถรองรับผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก ต้นทุนต่ำเนื่องจากใช้ซอฟต์แวร์เป็นหลักในการดำเนินงานและทำหน้าที่เป็นคนกลาง

องค์ประกอบของระบบ E – Commerce ระบบอีคอมเมอร์ซประกอบด้วยส่วนหลักๆ จำนวน 4 ส่วนคือ เว็บไซต์ (Web Site) ระบบเครือข่ายข้อมูล (Data Network) ระบบสื่อสารข้อมูล (Data Communication) และระบบการชำระเงิน (Payment System) ทั้งสี่ส่วนทำงานตลอดเวลาเมื่อมีข้อมูลป้อนเข้ามาทันทีที่มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกิจกรรมซื้อขาย การบริการ หรือธุรกรรม เศรษฐกิจอื่น ๆ ระบบจะปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

1. เว็บไซต์ (Web Site) การสร้างเว็บไซต์ในคอมพิวเตอร์เปรียบเสมือนการสร้างร้านขายสินค้า ดังนั้นการออกแบบร้านค้าต้องสอดคล้องกับสินค้าและบริการ เช่น บรรยากาศที่ดีในการเลือกซื้อสินค้า ระบบการทำงานภายในร้านค้าจะต้องอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ร้านค้าสวยงาม

ดึงดูดให้ลูกค้าแวะชมสินค้า การอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น จัดระบบค้นหาสินค้า ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการสะดวกและไม่เสียเวลากรณีสินค้ามีหลากหลายประเภท มีตะกร้า รถเข็นให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าก่อนและชำระเงินในขั้นตอนสุดท้าย

ร้านค้าที่ใช้ระบบ อี – คอมเมอร์ซส่วนใหญ่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นระบบต้องมีความพร้อมตลอดเวลา มีทีมงานดูแลระบบต่างๆให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและแก้ไขปัญหาทันทีเมื่อระบบขัดข้อง ทั้งนี้เพื่อให้การให้บริการลูกค้าได้ตลอดเวลา

2. ระบบเครือข่ายข้อมูล (Data Network) อี-คอมเมอร์ซใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงเข้ากับระบบคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ประเภทคอมพิวเตอร์ต่างๆ ทำงานร่วมกัน

การเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องให้เหมาะสมกับระบบอี-คอมเมอร์ซและติดตั้งไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายที่ให้บริการบนอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่า Host ในทางปฏิบัติต้องเช่าเนื้อที่หน่วยความจำ วิธีการติดตั้งมี 2 วิธีคือ

- จัดตั้ง Host ไว้ที่บริษัท มีค่าใช้จ่ายสูง ต้องลงทุนซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย Server ประสิทธิภาพสูงสามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงและให้บริการเว็บไซต์ของลูกค้าจำนวนมาก บริษัทต้องมีค่าใช้จ่ายเชื่อมต่อสัญญาณโทรคมนาคม ซึ่งมีให้เลือก 3 แบบคือสายวงจรเช่าเฉพาะ (Lease Line) ดาวเทียม (Satellite) และบริการเครือข่ายร่วมดิจิทัล (ISDN) เป็นต้น ดังนั้นการจัดตั้ง Host ไว้ที่บริษัทเหมาะสมกับระบบ อี-คอมเมอร์ซขนาดใหญ่ ต้องการความปลอดภัยข้อมูลสูง มีการผลัดเปลี่ยนเจ้าหน้าที่เพื่อคอยดูแลระบบตลอดเวลา การติดตั้ง Host ไว้ที่บริษัทจะต้องมีการลงทุน 3 ส่วน ได้แก่ อุปกรณ์ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต และค่าเช่าสัญญาณโทรคมนาคม บริษัทมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง

- การเช่า Host เหมาะสมกับระบบ อี-คอมเมอร์ซขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เมื่อระบบขัดข้องบริษัทผู้ให้บริการ รับผิดชอบดูแลและให้บริการซ่อม

3. ระบบสื่อสารข้อมูล (Data Communication) อี-คอมเมอร์ซไม่สามารถทำงานได้โดยลำพัง ต้องอาศัยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นฐานเชื่อมโยงและทำงานร่วมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะใช้ข้อตกลงที่เรียกว่า “โปรโตคอล (Protocol) TCP/IP เป็นมาตรฐานในการสื่อสารข้อมูล นอกจากนี้ความปลอดภัย (Security) เกี่ยวกับการส่งข้อมูลการค้าไปบนเครือข่ายสาธารณะ เช่น อินเทอร์เน็ต ต้องให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยของข้อมูล สิ่งที่มีกพบเสมอคือ การลักขโมยข้อมูลการค้า ระบบสื่อสารข้อมูลได้ป้องกัน

ปัญหาดังกล่าวนี้โดยการเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) เพื่อไม่ให้พวกขโมยข้อมูลสามารถเปิดอ่านในระหว่างดำเนินการส่งข้อมูล อี-คอมเมิร์ซมีระบบรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลที่ถูกส่งจากลูกค้าไปยังเว็บไซต์และมีการป้องกันในทุกขั้นตอน เพื่อป้องกันการลักขโมยข้อมูลไปใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งมีระบบรักษาความปลอดภัยให้เลือก 2 ชนิด ได้แก่

- SET (Secure Electronic Transaction Protocol) พัฒนาโดยบริษัทบัตรเครดิตรายใหญ่ เช่น บริษัทผู้ให้บริการบัตรวีซ่า และมาสเตอร์

- SSL (Secure Socket Layer Protocol) พัฒนาโดยบริษัทเน็ตสเคป จำกัด

ระบบรักษาความปลอดภัย SSL เป็นที่นิยมใช้มากและประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้ระบบ SSL เนื่องจากมีราคาถูกและโปรแกรมเบราว์เซอร์ทั่วไปจะมีระบบการเข้ารหัส SSL อยู่แล้ว ลูกค้าไม่จำเป็นต้องซื้อเพิ่มเติมให้ร้านค้าเป็นผู้ลงทุนฝ่ายเดียว ตรงข้ามระบบรักษาความปลอดภัย SET จะมีประสิทธิภาพสูงกว่า SSL ผู้ซื้อผู้ขายต้องลงทุนซื้อซอฟต์แวร์ทั้งสองฝ่าย ซึ่งมีราคาแพง

4. ระบบการชำระเงิน (Payment System) ธุรกิจการค้าให้ความสำคัญมากที่สุดกับระบบการชำระเงิน ขั้นตอนการชำระเงินมีดังนี้ เริ่มจากการกรอกข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าและหมายเลขบัตร จะถูกส่งไปยังธนาคารที่เป็นผู้ให้บริการ อี-คอมเมิร์ซที่เว็บไซต์ติดต่อกอยู่เพื่อดำเนินขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องของผู้ถือบัตรและวงเงินของบัตรว่ามีเพียงพอหรือไม่ ขั้นตอนต่อไปธนาคารจะแจ้งข้อมูลยืนยันกับร้านค้าและลูกค้า หลังจากนั้นร้านค้าจัดส่งอีเมลยืนยันการซื้ออีกครั้งหนึ่ง เมื่อลูกค้าตอบตกลงแล้วธนาคารจะหักเงินจากบัญชีของลูกค้าและบันทึกลงในบัญชีร้านค้าทันที

ปัจจุบันสื่อที่ใช้ในการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตเป็นรูปแบบ Digital Money ซึ่งหมายถึงเงินที่มีค่าตัวเลขบันทึกลงในบัตรพลาสติก บัตรสมาร์ตการ์ด หรือระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคาร ซึ่งมีอยู่ 3 แบบด้วยกันคือ บัตรเงินสด (Electronic Cash) บัตรเครดิต (Credit Card) และเช็คอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cheque)

การชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการทางเว็บไซต์ ข้อมูลสำคัญที่ต้องระบุคือการกรอกหมายเลขเฉพาะ (ID) ของ Digital Money ต่าง ๆ การรักษาความปลอดภัยข้อมูลต้องอาศัยการเข้ารหัสรูปแบบ SET หรือ SSL

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจอี-คอมเมิร์ซเป็นที่นิยมแพร่หลายในวงการธุรกิจ เนื่องจากการทำธุรกิจ อี-คอมเมิร์ซให้ผลดีหลายประการ เช่น เป็นระบบอัตโนมัติใช้บุคลากร

น้อย มีความแม่นยำสูง ต้นทุนเฉลี่ยต่ำ การดำเนินงานไม่จำกัดเวลาและสถานที่ สามารถติดต่อกับลูกค้าได้สะดวกเพียงแต่ลูกค้ามีเรื่องคอมพิวเตอร์เชื่อมโยงต่อเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็สามารถซื้อขายผ่านทางเว็บไซต์ได้ การทำ อี-คอมเมิร์ซ แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer) ผู้ซื้อและผู้ขายต้องผ่านตลาดกลาง ซึ่งตลาดกลางได้เสนอขายสินค้าและบริการและให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อ มีการต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรงและส่งมอบสินค้ากันเอง ขั้นตอนการชำระเงินเจ้าของเว็บไซต์ อี-คอมเมิร์ซทำหน้าที่เป็นตัวกลางเพื่อการชำระเงินผ่านเว็บไซต์และได้หักค่าดำเนินการบางส่วนเป็นค่าบริการ

2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business) เป็นการดำเนินธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ซึ่งจำแนกเป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายในบริษัทเดียวกัน (Inter Company EC) หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างบริษัท (Inter Company EC)

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายในบริษัทเกิดขึ้นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายการผลิต ฝ่ายการจัดจำหน่าย เป็นต้น

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างบริษัท ตัวอย่าง เช่น บริษัทผู้ผลิตสินค้ากับบริษัทจัดจำหน่ายมีการเชื่อมโยงระบบการสั่งซื้อ (Purchase Order) และระบบการชำระเงินอัตโนมัติเข้าด้วยกัน การดำเนินธุรกรรมเริ่มตั้งแต่การสั่งซื้อผ่านระบบอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมง การตรวจสอบปริมาณสินค้าคงคลังจะกระทำตลอดเวลาที่มีการจำหน่ายสินค้าและควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมตลอดเวลา ด้านการผลิตตรวจสอบความถูกต้องของคำสั่งซื้อทุกฉบับเพื่อยืนยันความครบถ้วน เช่น รายการสินค้า จำนวนเงินและกำหนดวันส่งสินค้า ตรงกันข้ามถ้าคำสั่งซื้อไม่ถูกต้องจะถูกปฏิเสธจากระบบและแจ้งให้ลูกค้าทราบทันที

อี-คอมเมิร์ซมีประโยชน์กับธุรกิจ เช่น เป็นสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์เชื่อมโยงธุรกิจผู้ผลิตและบริษัทผู้จัดจำหน่ายหรือระหว่างบริษัทผู้ขายกับบริษัทผู้ซื้อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังครอบคลุมการติดต่อและความสัมพันธ์ระหว่างแผนกต่างๆ ในบริษัทให้ดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว เช่น การจัดการพัสดุคงคลัง การกระจายสินค้า การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการการเงิน เป็นต้น ข้อมูลสารสนเทศเหล่านี้สามารถนำมาปรับปรุงการทำงาน การผลิตสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและเพิ่มความสามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่น

3. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer) ธุรกิจประเภทนี้เป็นระบบการขายปลีกที่เน้นลูกค้ารายย่อยเป็นสำคัญ อี-คอมเมิร์ซลักษณะนี้เป็นที่นิยมแพร่หลาย สามารถทำการค้าระดับนานาชาติ สร้างรายรับสูงให้กับธุรกิจเนื่องจากการค้าแบบนี้ได้ขยายฐานการค้ากว้าง ไม่มีข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์สามารถขายสินค้าให้กับลูกค้าทั่วโลก จุดขายของธุรกิจแบบนี้คือการให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการค้นหาสินค้าได้หลากหลาย ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปหาซื้อสินค้า สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน World Wide Web ซึ่งผู้ขายได้จัดทำเว็บไซต์ที่มีลักษณะคล้ายกับ “แค็ตตาล็อกสินค้า” ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อและชำระเงินโดยผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการบริการทางการเงินในประเทศไทย ธุรกิจการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จากสถิติข้อมูลการชำระเงินในประเทศอุตสาหกรรม (หนังสือ Payment System Worldwide, Winter 2000 – 2001) ปี ค.ศ. 2000 ซึ่งเป็นปีแรกของการเริ่มต้นธุรกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 88.2 พันล้านรายการ เปรียบเทียบกับสื่อการชำระเงินใช้กระดาษ (ได้แก่ธนบัตร ตั๋วเงินและเช็ค) มีจำนวนเพียง 83.0 ล้านรายการ สื่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สูงกว่าสื่อการชำระเงินใช้กระดาษและอนาคตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้นบทบาทของสถาบันการเงินจึงต้องให้ความสำคัญปรับกลยุทธ์ให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สร้างความเชื่อถือและยอมรับแทนสื่อการชำระเงินกระดาษ

การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จำแนกเป็นบัตรเครดิต เช็ค อิเล็กทรอนิกส์ และเงินสดดิจิทัล เป็นต้น

บัตรเครดิต เป็นสื่อชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน เนื่องจากธนาคารให้เครดิตกับผู้ถือบัตรเครดิต โดยมีเงื่อนไขให้ชำระบัญชีกับธนาคารที่ขอบัตรทุกเดือน สำหรับผู้ขายจะได้รับชำระเงินทันที (ภายในวันนั้น) หลังการขายโดยผ่านธนาคารของผู้ขายเอง อย่างไรก็ตาม การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ระบบรักษาความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ ในทางปฏิบัติตั้งได้กล่าวแล้วข้างต้น มาตรฐาน SET (Secure Electronic Transaction Protocol) มีประสิทธิภาพสูงแต่ต้นทุนสูงกว่า SSL (Secure Socket Layer Protocol)

มาตรฐาน SET ได้พัฒนาขึ้นโดยบริษัทผู้นำ Visa และ Master Card เป้าหมายสำคัญคือ (1) ปกป้องข้อมูลการจ่ายเงินและหมายเลขบัตรผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้วิธีเข้ารหัส (2) ให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจผู้ขาย เนื่องจากผู้ขายที่ได้รับอนุญาตให้รับบัตรเครดิตมีความน่าเชื่อถือ (3) ผู้ขายมีความ

มั่นใจว่าผู้ซื้อที่ได้รับอนุญาตให้ใช้บัตรเครดิต ดังนั้นไม่จำเป็นต้องเปิดเผยหมายเลขบัตรเครดิตให้ผู้ขาย จากข้อ (2) และ (3) การตรวจสอบความถูกต้องและสร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อและผู้ขาย SET Protocol มีองค์กรที่เรียกว่า Certificate Authority ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของ Digital Certificate

SET Protocol มีข้อได้เปรียบกว่า SSL Protocol คือ

- ผู้ขายไม่ทราบหมายเลขบัตรเครดิตของผู้ซื้อ ข้อดีคือป้องกันการโกงจากผู้ขาย ผู้ซื้อไม่ต้องกังวลใจว่าผู้ขายจะทำหมายเลขบัตรรั่วไหล เนื่องจากหมายเลขบัตรเครดิตธนาคารผู้ขายขายเท่านั้นสามารถอ่านได้

- SET Protocol ป้องกันการขโมยหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้ (โดยเจ้าของบัตรเครดิตเก็บรักษาบัตรเครดิตให้ดีและป้องกันไม่ให้ผู้อื่นรู้รหัสผ่าน) เมื่อซื้อสินค้าผู้ซื้อใส่รหัสผ่านเพื่อเลือกบัตรเครดิตออกมาใช้โดยผู้ซื้อสามารถเปลี่ยนรหัสผ่านนี้ได้ตามต้องการ

ปัจจุบัน SET (Secure Electronic Transaction Protocol) ยังไม่เป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายเนื่องจากฝ่ายต่าง ๆ เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร บริษัท ร้านค้า ลูกค้า ต้องลงทุนสูงและดำเนินการหลายอย่างเพื่อให้สามารถใช้ระบบนี้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และสำหรับธุรกิจบางประเภทประเมินว่าอาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุน อย่างไรก็ตาม SET Protocol ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายบัตรเครดิต VISA และ MasterCard และผู้ผลิตซอฟต์แวร์รายใหญ่ เช่น Microsoft ดังนั้นในอนาคตมาตรฐาน SET คงเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย

เช็คอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cheque) มีกระบวนการใช้งานเหมือนกับเช็คธรรมดาแต่เปลี่ยนสื่อจากการใช้กระดาษมาเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์แทน วิธีการชำระเงินโดยใช้เช็คอิเล็กทรอนิกส์คือ ผู้จ่ายเงินจะใช้เครื่องมือที่เป็นฮาร์ดแวร์ เช่น Smart Card เพื่อเซ็นเช็คโดยใช้ลายเซ็นดิจิทัลของตน ลายเซ็นดิจิทัลนี้เป็นรหัสพิเศษที่สร้างขึ้นโดยวิธีการเข้ารหัส เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้อื่นปลอมแปลงได้ จากนั้นก็จะส่งเช็คอิเล็กทรอนิกส์ไปยังผู้รับเงิน โดยผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ผู้รับเงินก็จะเซ็นรับรองโดยใช้ลายเซ็นดิจิทัลของตนแล้วนำเช็คอิเล็กทรอนิกส์นี้ไปเข้าธนาคาร ธนาคารผู้รับเงินจะชำระบัญชีผ่านทางเครือข่าย Automate Clearinghouse

ระบบเช็คอิเล็กทรอนิกส์ให้ความปลอดภัยสูง เนื่องจากได้ออกแบบให้ใช้ฮาร์ดแวร์ในการเขียนลายเซ็นดิจิทัลเพื่อกำกับเช็ค ซึ่งการป้องกันการเจาะระบบเพื่อขโมยลายเซ็นยากกว่าการใช้ซอฟต์แวร์เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกและให้ประสิทธิภาพสูง โดยการส่ง

เช็คผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนที่จะเดินทางเพื่อเอาเช็คเข้าธนาคารหรือใช้จดหมายเพื่อส่งเช็คระหว่างผู้จ่ายเงินและผู้รับเงิน ปัจจุบันระบบเช็คอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่เป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากระบบนี้จำเป็นต้องวางโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับลายเซ็นดิจิทัลและการใช้ Smart Card ให้เป็นมาตรฐานและใช้กันอย่างกว้างขวาง

เงินสดอิเล็กทรอนิกส์หรือเงินสดดิจิทัล (Electronic Cash or Digital Cash) ได้นำเอาข้อดีของการจ่ายเงินสด เช่น การจ่ายเงินสดไม่ต้องมีการบันทึกข้อมูลเหมือนบัตรเครดิตหรือเช็ค มีความรวดเร็วเพราะไม่ต้องรอการชำระบัญชี ดังนั้นระบบเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ได้รวบรวมเอาข้อดีของการชำระด้วยเงิน ผสมเข้ากับความสะดวกในการส่งเงินสดดิจิทัลผ่านทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เช่น อินเทอร์เน็ต

เงินสดดิจิทัลเป็นตัวเลขหรือรหัสที่สร้างขึ้นจากคอมพิวเตอร์ ต้องมีผู้รับรองค่าเงินสดดิจิทัลจึงสามารถใช้แทนเงินสดได้ ผู้พิมพ์เงินสดดิจิทัลคือธนาคาร โดยธนาคารจะกำหนดหมายเลขของเงินสดดิจิทัลเหล่านั้นแล้วเซ็นกำกับด้วยลายเซ็นดิจิทัลของธนาคาร เมื่อผู้ใช้ได้รับเงินสดดิจิทัลแล้ว สามารถนำไปใช้กับธุรกิจหรือบุคคลอื่นๆ ที่ยอมรับเงินสดดิจิทัล ผู้รับเงินสดสามารถตรวจสอบความถูกต้องของเงินสดดิจิทัลได้โดยใช้วิธีการถอดรหัสลายเซ็นดิจิทัล

แนวโน้มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้นต่อไป ขณะที่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business หรือ B-to-B) เติบโตสูงบทบาทของสถาบันการเงินที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการเงินอยู่ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันสูงระหว่างสถาบันการเงินประเภทกลุ่มธนาคารซึ่งมีความพร้อม ประสบการณ์เหนือกว่าและได้รับความเชื่อถือสำหรับการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ แต่คู่แข่งซึ่งมิใช่สถาบันการเงินได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จำแนกการให้บริการเช่น บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส บริการชำระเงินทางออนไลน์ บริการโอนเงินระหว่างประเทศและบริการสินเชื่อ

บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter Service) เช่น 7-Eleven เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

บริการชำระเงินทางออนไลน์และเชื่อมโยงข้อมูลกับสถาบันการเงิน เช่น บริการ e - Payment Gate Way เป็นบริการที่ส่งชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เมื่อติดต่อบริการทาง Internet แล้ว บริการ e-market place เป็นตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ซื้อผู้ขายสามารถทำธุรกิจกับธุรกิจ (B - to - B) ธุรกิจกับผู้บริโภค (B - to - C)

บริการโอนเงินระหว่างประเทศโดยมีจุดรับติดต่อกับลูกค้าในห้างสรรพสินค้าที่ทำการ
ของบริษัทและธนาคารที่เป็นตัวแทน เช่น บริษัท Western Union และ Money Gram เป็นต้น

บริการสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค โดยวิธีผ่อนชำระค่าสินค้าและบริการ เช่น บริษัท
GE Capital บริษัทอออน ธนสินทรัพย์ จำกัด

อี-คอมเมิร์ซมีอัตราการขยายตัวสูง จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
ธุรกิจจำนวนมากนิยมทำการค้าในรูปแบบ อี-คอมเมิร์ซผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญ
ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ประมาณมูลค่า อี-คอมเมิร์ซและโดยรวมสูงถึง 100,000 ล้านดอลลาร์
สหรัฐฯ

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบกับสื่อเช่น สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ข้อได้เปรียบคือมี
เครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ครอบคลุมทั่วโลก รวดเร็ว และมีต้นทุนการผลิตต่ำ ปัจจัยเหล่านี้ผลักดันให้
อี-คอมเมิร์ซเติบโตรวดเร็ว ประมาณว่าสิ้นปี 2003 จะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกจำนวนถึง 350 ล้านคน

ตลาด อี-คอมเมิร์ซในประเทศไทย ตลาดผู้ใช้ Internet ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง
การใช้ e-mail หรือการเข้าไปหาข้อมูลใน World Wide Web นับเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน
ธุรกิจจำนวนมากค้าขายผ่าน Internet บริษัทต่าง ๆ นิยมโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทโดยมี Web
Site เป็นของตัวเองมากขึ้น

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น มีข้อเสียเปรียบ เช่น
เทคโนโลยี การพัฒนาและขาดแคลนบุคลากร รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ
และเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกันพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มโอกาสของธุรกิจ
ระหว่างประเทศให้ขยายตัวกว้างมากขึ้น

การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจระหว่าง
ประเทศ ยุคโลกไร้พรมแดนมีแนวทางดังนี้

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สนับสนุนการใช้พาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์กับกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)
โดยจัดการอบรมและสัมมนาให้กับผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจและกระตุ้น
ให้ผู้ประกอบการ SMEs จัดให้มี Homepage (web) ของตนเองบน Web-Site ของกรมส่งเสริม
อุตสาหกรรมโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและกระตุ้น SMEs ใน
ประเทศไทยตื่นตัวและเห็นความจำเป็นในเรื่อง E-Commerce และช่วยในด้านการประชาสัมพันธ์
เป็นหลัก

- รัฐบาลจะต้องหาแนวร่วมพันธมิตรทางด้านยุทธศาสตร์ กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศในการเจรจาระหว่างประเทศ เพื่อให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีกติกาสากลที่เป็นธรรมกับทุกประเทศ

- รัฐบาลและเอกชนต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดและเร่งด่วนเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่ง รวมถึงสมรรถนะด้านการแข่งขันให้แก่สถาบันองค์กรที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น กรมศุลกากรได้นำระบบ EDI มาใช้

- รัฐบาลต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคุณภาพและบริการควรดำเนินอย่างเร่งด่วน เพื่อให้ทุกคนเข้าถึงอี-คอมเมิร์ซได้อย่างเท่าเทียมใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงและเปิดให้มีการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปด้วย

- รัฐบาลต้องมีการวางแผนระยะยาวเกี่ยวกับการใช้ระบบ อี-คอมเมิร์ซทั้งในเรื่องของการออกกฎหมายตามหลักสากลและกฎหมายข้างเคียง เช่น เรื่องภาษีสนับสนุนหรือเป็นผู้จัดตั้งหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ดูแลการใช้มาตรฐานต่าง ๆ รวมทั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็น Certificate Authority เพื่อรับรองความถูกต้องของ Digital Signature

สำหรับการทำอี-คอมเมิร์ซเต็มรูปแบบผู้ประกอบการจะต้องใช้บริการของบริษัทเอกชนที่ให้บริการโดยเฉพาะ ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะมีเครือข่ายด้านการเงิน การขนส่งสินค้าไว้ให้บริการด้วย

กิจกรรมที่ 4

ให้นักศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้ E-Commerce ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การค้าโลกและผลกระทบ

ความเป็นมาสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ปรับเปลี่ยนและพัฒนาเศรษฐกิจ เริ่มตั้งแต่ปี 2521 เป็นต้นมา จากเดิมคือการวางแผนเศรษฐกิจจากส่วนกลางมาเป็นเศรษฐกิจการตลาดในระหว่างปี 2521 – 2538 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ปี 2545

ประมาณการว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 ความเป็นอยู่ของประชาชนจีนดีขึ้น ทั้งด้านสวัสดิการสังคม รายได้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามในช่วงปรับเปลี่ยนมาเป็นเศรษฐกิจการตลาด ประเทศจีนมีความจำเป็นต้องพึ่งพาแรงกระตุ้นของการตลาดและการเปิดตลาดเสรีการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ ปัจจุบันจีนมีประชากรไม่รู้หนังสือไม่ถึงร้อยละ 10 จากจำนวนประชากรประมาณ 1.2 พันล้านคน

สาธารณรัฐประชาชนจีนใช้ความพยายามมากกว่า 13 ปี ที่จะเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) หลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) เมื่อเดือนธันวาคม 2544 มีผลให้ตลาดการลงทุนเปิดเสรีมากขึ้น จีนสามารถดึงดูดเงินทุนจากต่างประเทศจำนวนมหาศาล เนื่องจากนักลงทุนต่างประเทศจำนวนมากเข้าไปดำเนินการผลิตสินค้าในประเทศจีน เพื่อลดต้นทุนให้มีข้อได้เปรียบในเชิงแข่งขันสู่ตลาดโลก ส่งเสริมให้สาธารณรัฐประชาชนจีนกลายเป็นโรงงานผลิตของโลก ปัจจุบันจีนเป็นคู่แข่งสำคัญที่น่ากลัวของเอเชียที่มีภาวะเศรษฐกิจเติบโตต่อปีสูงถึงร้อยละ 7-8 และการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี องค์การสหประชาชาติได้ประมาณการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศจีนปี 2544 มีจำนวนสูงถึง 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งมากกว่าการลงทุนจากประเทศในเอเชียรวมกันทั้งหมด

ตารางที่ 7.7

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจประเทศจีน

Economic Indicators	
จำนวนประชากร (2002F)	1,283.4 ล้านคน
GDP (2002F) (at PPP)	7,137 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth (2001) , (2002F)	7.4%, 7.6%
GDP Percapita (2002F) (at PPP)	5,580 เหรียญสหรัฐฯ
Total Export 2002 (ม.ค. – ก.ค.) (% Δ 02/01)	171, 249 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (15.84%)
สินค้าส่งออก – เครื่องใช้ไฟฟ้า, เครื่องจักร, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม, รองเท้าและชิ้นส่วน ส่งออกไปประเทศ – สหรัฐฯ 21% ฮองกง 18% ญี่ปุ่น 15% เกาหลีใต้ 4% เยอรมัน 3%	

- ที่มา: 1. EIU Country Data, มิถุนายน 2002 E = ประมาณการ F = คาดคะเน PPP = Purchasing power parities
2. World Trade Atlas
3. ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ปี 2002
เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ปี 2546 คณะกรรมการวางแผนเศรษฐกิจของจีนได้ประมาณการว่าเศรษฐกิจจีนยังคงมีเสถียรภาพเพราะมีปัจจัยพื้นฐานสนับสนุน คาดว่าจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 7.9-8.2 โดยค้ำึงถึงปัจจัยสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ด้านการส่งออกปี 2546 จะขยายตัวต่ำกว่าปี 2545 เหลือเพียงประมาณร้อยละ 10 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกมีปัจจัยผันผวน เช่น ภาวะสงครามราคาน้ำมันและภาวะอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยเฉพาะดอลลาร์สหรัฐฯ

อย่างไรก็ดีจีนให้ความสำคัญและพยายามพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง โดยอาศัยเงินทุนและノウฮาวเทคโนโลยีจากต่างประเทศไปพัฒนาอุตสาหกรรมที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น รถยนต์เซมิคอนดัคเตอร์ ส่วนประกอบเครื่องจักรแบบอื่น ๆ และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น จีนได้ร่วมมือกับผู้ผลิตต่างประเทศ ในการพัฒนาการผลิตให้มีความก้าวหน้ามากขึ้น ในปี 2546 จีนได้ใช้งบประมาณสนับสนุนกิจกรรมวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีกว่า 100,000 ล้านดอลลาร์หรือประมาณ 1.1 ของมูลค่า GDP เพื่อการศึกษาและการวิจัยด้านต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการผลิต

การค้าระหว่างประเทศของประเทศจีนกับตลาดโลก

1. มูลค่าการค้ารวม

1.1 มูลค่าการค้ารวมของประเทศจีนกับตลาดโลก ในปี 2545 มีมูลค่ารวม 620,944.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 110,716.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.70 แบ่งเป็นการส่งออก 325,642.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การนำเข้า มูลค่า 295,302.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ประเทศจีนเกินดุลการค้าโลกปี 2544 ร้อยละ 31.37

1.2 มูลค่าการค้ารวมของประเทศจีนกับไทย ในปี 2545 มีมูลค่ารวม 8,557.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 1,341.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.59 แบ่งเป็นการส่งออก 2,959.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การนำเข้า 5,598.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ประเทศจีนขาดดุลการค้าไทยปี 2545 เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 2,639.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 19.48

ตารางที่ 7.8

การค้าระหว่างประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีน ปี 2545

มูลค่า ดุลการค้า	จีน - โลก		จีน - ไทย	
	มูลค่า-ล้านเหรียญสหรัฐฯ	% เพิ่มลด	มูลค่า-ล้านเหรียญสหรัฐฯ	%เพิ่มลด
มูลค่าการค้ารวม	620,944.98	21.70	8,557.54	18.59
ส่งออก	325,642.01	22.12	2,959.01	18.19
นำเข้า	295,302.91	21.24	5,598.53	18.79
ดุลการค้า	30,339.16	31.37	-2,639.52	19.48

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

2. การนำเข้า

2.1 การนำเข้าจากตลาดโลก

2.1.1 ในปี 2545 ประเทศจีน นำเข้าจากตลาดโลกมีมูลค่า 295,302.9 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 51,735.86 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.24

2.1.2 แหล่งนำเข้าสำคัญ 5 อันดับแรกจากตลาดโลกปี 2545

ตารางที่ 7.9
การนำเข้าจากตลาดโลก

ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐฯ	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้าสำคัญ/สัดส่วน (ร้อยละ)
มูลค่าการนำเข้ารวม	295,302.91	100.00	21.24	
1 ญี่ปุ่น	53,489.04	18.11	24.94	เครื่องใช้ไฟฟ้า 30.47%, เครื่องจักร 21.73%, เครื่องมือวิทยาศาสตร์ฯ 6.45%, เหล็กและ เหล็กกล้า 6.37%, พลาสติกและผลิตภัณฑ์ 5.56%
2 ไต้หวัน	38,082.48	12.90	39.27	เครื่องใช้ไฟฟ้า 30.63%, เครื่องจักร 16.78%, พลาสติกและผลิตภัณฑ์ 10.73%, เหล็กและ เหล็กกล้า 7.75%, เครื่องมือวิทยาศาสตร์ฯ 6.76%
3 เกาหลีใต้	28,580.98	9.68	22.16	เครื่องใช้ไฟฟ้า 31.20%, เครื่องจักร 10.82%, พลาสติกและผลิตภัณฑ์ 10.05%, เคมีภัณฑ์ อินทรีย์ 8.52%, เหล็กและเหล็กกล้า 6.42%
4 สหรัฐอเมริกา	27,227.90	9.22	3.91	เครื่องใช้ไฟฟ้า 20.77%, เครื่องจักร 20.25%, อากาศยานและยานอวกาศ 8.56%, เครื่องมือ วิทยาศาสตร์ 7.80%, พลาสติกและผลิต ภัณฑ์ 4.59%
5 เยอรมนี	16,433.80	5.57	20.00	เครื่องจักร 38.51%, เครื่องใช้ไฟฟ้า 16.40%, ยานพาหนะ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ 12.63%, เครื่องมือวิทยาศาสตร์ 6.26%, พลาสติกและผลิตภัณฑ์ 2.64%
11 ไทย	5,598.53	1.90	18.79	เครื่องใช้ไฟฟ้า 22.29%, เครื่องจักร 19.78%, พลาสติกและผลิตภัณฑ์ 13.84%, ยางพารา และผลิตภัณฑ์ 8.77%, แร่และเชื้อเพลิง 6.22%
อื่นๆ	125,890.18	42.62	19.43	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

2.1.3 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่ประเทศจีนนำเข้าจากตลาดโลก ปี 2545

ตารางที่ 7.10

สินค้านำเข้าจากตลาดโลกของประเทศจีน ปี 2545

สินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้า/สัดส่วน (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	73,311.09	24.83	31.12	ญี่ปุ่น 22.23%, ไต้หวัน 15.91%, เกาหลีใต้ 12.16%, สหรัฐอเมริกา 7.71%, มาเลเซีย 6.23%, (11) ไทย 1.70%
2 เครื่องจักร	52,194.72	17.68	28.69	ญี่ปุ่น 22.27%, ไต้หวัน 12.24%, เยอรมนี 12.13% อเมริกา 10.56%
3 แร่และเชื้อเพลิง	19,327.43	6.55	10.14	ซาอุดีอาระเบีย 12.74%, อิหร่าน 10.76%, โอมาน 7.47%, เกาหลีใต้ 6.88%, รัสเซีย 6.64%(16) ไทย 1.80%
4 พลาสติกและผลิตภัณฑ์	17,379.78	5.89	13.87	ไต้หวัน 23.52%, ญี่ปุ่น 17.11%, เกาหลีใต้ 16.52%, สหรัฐอเมริกา 7.20%, สิงคโปร์ 5.41%, (6) ไทย 4.46%
5 เครื่องมือวิทยาศาสตร์การแพทย์ ถ่ายรูปและภาพยนตร์	13,477.89	4.56	37.84	ญี่ปุ่น 25.60%, ไต้หวัน 19.09%, สหรัฐอเมริกา 15.75%, เกาหลีใต้ 9.45%, เยอรมนี 7.63%, (15), ไทย 0.69%
อื่นๆ	119,612.00	40.49	14.45	
มูลค่าการนำเข้ารวม	295,302.91	100.00	21.24	

2.2 การนำเข้าจากประเทศไทย

2.2.1 ในปี 2545 ประเทศจีนนำเข้าจากประเทศไทยมีมูลค่า 5,598.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 885.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.79

2.2.2 การนำเข้าของประเทศจีนจากประเทศไทย ปี 2545

ตารางที่ 7.11

สินค้าออกของประเทศไทย ปี 2545

สินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญ สหรัฐ)	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้า/สัดส่วน (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	1,247.87	22.29	38.06	ญี่ปุ่น 22.23%, ไต้หวัน 15.91%, เกาหลีใต้ 12.16%, สหรัฐอเมริกา 7.71%, มาเลเซีย 6.23%, (11) ไทย 1.70%
2 เครื่องจักร	1,107.31	19.78	14.67	ญี่ปุ่น 22.27%, ไต้หวัน 12.24%, เยอรมนี 12.13%, สหรัฐอเมริกา 10.56%, เกาหลีใต้ 5.92%, ไทย 2.12%
3. พลาสติกและ ผลิตภัณฑ์	774.62	13.84	16.56	ไต้หวัน 23.52%, ญี่ปุ่น 17.11%, เกาหลีใต้ 16.52%, สหรัฐอเมริกา 7.20%, สิงคโปร์ 5.41%, (6) ไทย 4.46%
4. ยางพารา และผลิตภัณฑ์	490.73	8.77	21.09	(1) ไทย 19.89%, ญี่ปุ่น 18.14%, ไต้หวัน 12.54%, เกาหลีใต้ 7.79%, มาเลเซีย 6.73%, สหรัฐอเมริกา 6.21%
5. แร่และเชื้อ เพลิง	348.40	6.22	4.28	ซาอุดีอาระเบีย 12.74%, อิหร่าน 10.76%, โอมาน 7.47%, เกาหลีใต้ 6.88%, รัสเซีย 6.64%, (1) ไทย 1.80%
อื่นๆ	1,629.60	29.10	13.22	
มูลค่าการนำเข้า ของจีนจากไทย	5,598.53	100.00	18.79	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ข้อสังเกต กลุ่มสินค้าที่ไทยส่งออกไปจีนเพิ่มขึ้นได้แก่ กลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักร กลุ่มสินค้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าแร่และเชื้อเพลิง สำหรับสินค้าที่ไทยส่งออกไปจีนลดลง ได้แก่ กลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

3. การส่งออก

3.1 การส่งออกไปตลาดโลก

3.1.1 ในปี 2545 ประเทศจีนส่งออกไปตลาดโลกมีมูลค่า 325,642.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็นมูลค่า 58,980.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.12

3.1.2 การส่งออกของประเทศจีนไปตลาดโลก ปี 2545

ตารางที่ 7.12

การส่งออกของประเทศจีนไปตลาดโลก ปี 2545

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญ สหรัฐ)	สัดส่วน%	%เพิ่ม/ลด	สินค้านำเข้า/สัดส่วน (ร้อยละ)
1. สหรัฐอเมริกา	69,959.40	21.48	28.79	เครื่องใช้ไฟฟ้า 20.28%, เครื่องจักร 17.23%, ของเล่นและเครื่องกีฬา 7.75%, รองเท้าและชิ้นส่วน 7.22%, เพอร์นิเจอร์และเครื่องเตียง 6.63%
2.ฮ่องกง	58,483.26	17.96	25.76	เครื่องใช้ไฟฟ้า 24.46%, เครื่องจักร 19.33%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 6.37%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าดัก 5.19%, ผ้าและผ้าผืน 3.63%
3. ญี่ปุ่น	48,483.03	14.89	7.55	เครื่องใช้ไฟฟ้า 17.56%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 13.18%, เครื่องจักร 11.63%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าดัก 9.09%, แร่และเชื้อเพลิง 3.95%
4. เกาหลีใต้	15,507.99	4.76	23.63	เครื่องใช้ไฟฟ้า 20.16%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าดัก 7.08%, แร่และเชื้อเพลิง 7.07%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 6.91%, เครื่องจักร 5.97%
5. เยอรมนี	11,381.97	3.50	16.63	เครื่องใช้ไฟฟ้า 28.22%, เครื่องจักร 15.63%, เครื่องนุ่งห่ม-ผ้าทอ 4.84%, เครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ 3.93%, ของเล่นและเครื่องกีฬา 3.76%
18. ไทย	2,959.01	0.91	18.19	เครื่องใช้ไฟฟ้า 27.99%, เครื่องจักร 24.91%, เคมีภัณฑ์อินทรีย์ 3.75%, เหล็กและเหล็กกล้า 3.16%, เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด 2.73%
อื่นๆ	118,867.41	36.50	23.88	
มูลค่าการส่งออก รวม	325.642/07	100.00	22.12	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

3.1.3 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่ประเทศจีนส่งออกไปตลาดโลก ปี 2545

ตารางที่ 7.13

สินค้าส่งออกของประเทศจีนไปตลาดโลก ปี 2545

สินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญ สหรัฐ ฯ	สัดส่วน %	เพิ่ม/ลด %	ตลาดส่งออกสำคัญ/สัดส่วน (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	65,151.68	20.01	26.95	ฮ่องกง 21.96%,สหรัฐอเมริกา 21.77%,ญี่ปุ่น 13.07% เยอรมนี 4.93%,เกาหลีใต้ 4.80% (12) ไทย 1.27%
2 เครื่องจักร	50,851.41	15.62	51.23	สหรัฐอเมริกา 23.71%,ฮ่องกง 22.23%,ญี่ปุ่น 11.09%,เนเธอร์แลนด์ 6.03%, เยอรมนี 3.50%, (11) ไทย 1.45%
3. เครื่องนุ่งห่ม - ผ้าทอ	20,590.72	6.32	8.56	ญี่ปุ่น 31.03%,ฮ่องกง 18.09%,สหรัฐอเมริกา 11.20%,เกาหลีใต้ 5.33%, เยอรมนี 2.68% , (54) ไทย 0.06%
4 เครื่องนุ่งห่ม - ผ้าถัก	15,987.98	4.91	18.74	ญี่ปุ่น 27.55%,ฮ่องกง 17.98%,สหรัฐอเมริกา 8.86%,เกาหลีใต้ 6.71%,ออสเตรเลีย 3.12%,(55) ไทย 0.08%
5. ของเล่น เครื่องกีฬาและ ส่วนประกอบ	11,606.20	3.56	27.76	สหรัฐอเมริกา 46.72%,ฮ่องกง 14.18%,เนเธอร์แลนด์ 7.20%,ญี่ปุ่น 6.58%,สหราชอาณาจักร 4.13%,(41) ไทย 0.10%
อื่น ๆ	161,454.08	49.58	15.16	
รวม	325,642.07	100.00	22.12	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

3.2 การส่งออกไปประเทศ

3.2.1 ในปี 2545 ประเทศจีนส่งออกไปประเทศไทยมีมูลค่า 2,959.01 (ล้านเหรียญสหรัฐ) เพิ่มขึ้นจากปี 2544 มีมูลค่า 455.46 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.19

3.2.2 สินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่ประเทศจีนส่งออกไปประเทศไทย ปี 2545

ตารางที่ 7.14

สินค้าออกสำคัญของประเทศจีน

มูลค่าการส่งออก ไปไทย	มูลค่า ล้านเหรียญ สหรัฐ	สัดส่วน (%)	เพิ่ม/ลด (%)	ตลาดส่งออกสำคัญ (ร้อยละ)
1 เครื่องใช้ไฟฟ้า	828.17	27.99	42.78	ฮ่องกง 21.96%, สหรัฐอเมริกา 21.77%, ญี่ปุ่น 13.07%, เยอรมนี 4.93%, เกาหลีใต้ 4.80% (12) ไทย 1.27%
2 เครื่องจักร	737.01	24.91	16.76	สหรัฐอเมริกา 23.71%, ฮ่องกง 22.23%, ญี่ปุ่น 11.09%, เนเธอร์แลนด์ 6.03%, เยอรม นี 3.50%, (11) ไทย 1.45%
3 เคมีภัณฑ์ อินทรีย์	110.85	3.75	13.21	ญี่ปุ่น 18.54%, สหรัฐอเมริกา 15.55%, เกาหลีใต้ 8.91%, อินโดนีเซีย 4.41%, (5) ไทย 3.66%, ไต้หวัน 3.63%
4 เคมีภัณฑ์ อินทรีย์	93.58	3.16	8.34	สหรัฐอเมริกา 14.91%, อินเดีย 9.76%, ญี่ปุ่น 7.88%, เยอรมนี 7.05%, เกาหลีใต้ 6.83%, (15) ไทย 1.68%
5 เคมีภัณฑ์ เบ็ดเตล็ด	80.83	2.73	22.15	เกาหลีใต้ 19.16%, ญี่ปุ่น 14.23%, สหรัฐ อเมริกา 10.53% ฮ่องกง 10.01%, ไต้หวัน 7.85%, (5) ไทย 3.50%
อื่น ๆ	1,108.57	37.46	6.41	
รวม	2,959.01	100.00	18.19	

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ผลกระทบการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของจีน

ตลาดโลก การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของสาธารณรัฐประชาชนจีนส่งผลกระทบ ดังต่อไปนี้

- จีนจะมีฐานะเป็นกลจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเมื่อประเทศสำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป
- จีนกลายเป็นคู่แข่งสำคัญในการลงทุนและการผลิตที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชีย

ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ได้คาดการณ์ว่าการลงทุนโดยตรง (Foreign Direct Investment) ในประเทศจีน ปี 2545 และปีต่อ ๆ ไป ยังคงอยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศที่มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสูงสุดในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากประเทศจีนมีความได้เปรียบ (1) การผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำ ทำให้จีนกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลกและ (2) จีนมีทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบอุดมสมบูรณ์ จีนมีความสามารถในการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและมีศักยภาพที่จะกลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจรายใหม่แทนประเทศญี่ปุ่นในทวีปเอเชีย

การเติบโตของจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา

นับตั้งแต่สาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เมื่อเดือนธันวาคม 2544 เป็นต้นมา สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่าเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 7.15

สินค้านำเข้า

ปี	สินค้านำเข้า ล้านเหรียญสหรัฐ	เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
2543	100,018.4	-
2544	102,278.3	2.26
2545 (ม.ค. - ก.ย.)	89,534.0	19.09

ปริมาณการค้าเพิ่มขึ้นของจีนในตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้สินค้าจีนเข้าไปแทนที่สินค้าญี่ปุ่นในฐานะที่เป็นแหล่งอุปทาน (Supply) สินค้านำเข้าอันดับที่สามของสหรัฐฯ รองจากแคนาดาและเม็กซิโกและเป็นที่คาดหวังว่าจีนจะขยับขึ้นเป็นอันดับที่สองแทนที่เม็กซิโกในเร็ววันนี้ เนื่องจากการย้ายฐานการผลิตจากเม็กซิโกไปยังประเทศจีนอย่างต่อเนื่องและจำนวนเพิ่มขึ้น เหตุผลคืออัตราค่าแรงงานจีนต่ำอยู่ระหว่าง 0.35 – 1 เหรียญต่อชั่วโมง เปรียบเทียบกับเม็กซิโก 2.0-2.50 เหรียญต่อชั่วโมง

จีนสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากลูกค้าหลักดั้งเดิมของสหรัฐฯ เช่น แคนาดา เม็กซิโก และปากีสถาน จากสถิติ (ม.ค. – มิ.ย. 2545) จีนสามารถส่งออกสินค้าสิ่งทอใน ชุดนอน ถุงมือ ผ้าถัก และกระเป๋าสาน เพิ่มขึ้นเทียบกับระยะเดียวกับปีก่อนถึงร้อยละ 119 จีนเป็นแหล่งอุปทานสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ใหญ่ที่สุดของสหรัฐฯ สามารถตีตลาดสินค้าจากแคนาดาและเม็กซิโก เป็นที่น่าวิตกว่า 1 มกราคม 2548 ระบบโควตาส่งของจะหมดอายุลงโดยสมบูรณ์ รัฐบาลและภาคเอกชนสหรัฐฯเริ่มวิตกกังวลว่าหากไม่มีความพยายามหยุดยั้งการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน สินค้าจีนคงทำให้ระบบการค้าระหว่างประเทศถูกบิดเบือนผิดรูปแบบ โดยเฉพาะตลาดสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐฯ ได้รับผลกระทบอย่างหนัก ผลทางบวก ผู้บริโภคสหรัฐฯซื้อสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน บริษัทค้าปลีกหลายแห่งในสหรัฐอเมริกายังคงนโยบายขายสินค้านำเข้าราคาถูก คือสินค้านำเข้าจากจีน เช่น บริษัท Wal – Mart Stores ได้เปิดบริษัทขึ้น ในจีนเพื่อทำหน้าที่จัดหาสินค้าจีนป้อนร้านค้าในสหรัฐอเมริกาโดยเฉพาะ

ผลกระทบตลาดคู่แข่งจีน เมื่อจีนเป็นสมาชิก WTO

การนำเข้าสินค้าจีนที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดสหรัฐฯ มีผลต่อประเทศคู่แข่งอื่น เพราะตลาดสหรัฐฯเป็นตลาดใหญ่ สินค้าที่ผลิตออกมาไม่สามารถสู้ราคาสินค้าจากจีนได้ นอกจากนั้นยังมีผลต่อการลงทุนทั้งในประเทศคู่แข่งอื่นได้ส่งผลกระทบต่อประเทศสหรัฐอเมริกาเองที่ผู้ประกอบการหลายรายได้ย้ายฐานการผลิตออกไปลงทุนในประเทศจีนมากขึ้น การครองตลาดนำเข้าของจีนคาดว่าจะยังคงดำเนินอยู่ต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งและคาดว่าจะขยายวงไปยังสินค้าประเภทต่างๆ เพิ่มมากขึ้น สำหรับประเทศไทยได้วิตกกังวลในอนาคตคงเป็นปัญหาสำคัญและนับวันยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเหตุผลดังนี้

1. ชนิดของสินค้าจากจีนที่ส่งเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ ได้ขยายตัวออกไปมีหลากหลายประเภท ซึ่งหมายถึงชนิดของสินค้าที่ถูกตีตลาดจากจีนจะมีหลายประเภทและเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อย ๆ

2. สถานะเศรษฐกิจสหรัฐฯ และลักษณะการบริโภคของสหรัฐฯ ในปัจจุบันมีส่วนสนับสนุนการเติบโตของสินค้าจีนในตลาดสหรัฐฯ เป็นอย่างมาก เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจสหรัฐฯ ได้อ่อนตัวลงและผู้บริโภคสหรัฐฯ ใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น ทำให้สินค้าที่มีราคาถูกมีช่องทางขยายตัวมากในตลาดสหรัฐฯ ยิ่งสถานะเศรษฐกิจอ่อนตัวยาวนานไปเท่าใดย่อมเปิดโอกาสให้สินค้าจีนเข้าสู่สหรัฐฯ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคของสหรัฐฯ เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

3. การออกแบบสินค้าของจีนเป็นมาตรฐานสากลมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การแข่งขันกับประเทศจีนเป็นไปได้ด้วยความยากลำบากมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสินค้าจากประเทศไทยหลายๆรายการยังคงมีการออกแบบที่ไม่เป็นมาตรฐานสากลที่เป็นที่นิยมในตลาดสหรัฐฯ

4. บริษัทค้าปลีกของสหรัฐฯ หลายบริษัทซื้อเอาจีนเป็นแหล่งอุปทานหลักสำหรับสินค้าราคาต่ำที่บริษัทวางจำหน่าย หมายถึงว่าโอกาสที่ประเทศไทยจะเข้าถึงผู้ซื้อรายใหญ่จะห่างไกลและยากลำบากยิ่ง

5. คุณภาพของสินค้าจีนมีการพัฒนาขึ้นจนถึงระดับที่ผู้บริโภคในสหรัฐฯยอมรับในคุณภาพว่ามีคุณภาพดี หมายถึงว่า ข้ออ้างของผู้ผลิตไทยที่ว่าสินค้าจากประเทศไทยมีคุณภาพดีกว่าสินค้าจีนจะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีกต่อไป และการเอาชนะใจผู้บริโภคสหรัฐฯ จะเป็นได้ยากยิ่งขึ้น

6. ผู้ประกอบการและผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก รวมทั้งของสหรัฐอเมริกาเองได้ย้ายฐานการผลิตไปยังจีนเพิ่มมากขึ้น หมายถึงว่าสินค้าของจีนมีการขยายประเภทของสินค้า มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและความรู้ ตลอดจนโอกาสขยายตลาดไปยังตลาดอื่น ๆ กว้างมากยิ่งขึ้น

7. แม้ว่าสินค้าจีนจะได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นในระดับที่เข้าสู่มาตรฐาน แต่ยังคงรักษาระดับราคาไว้ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งและไม่มีการทำที่วราคาราคาสินค้าจากจีนจะขยับตัวสูงขึ้นในอนาคตอันใกล้เลย หมายถึงว่าโอกาสทางการแข่งขันทางด้านราคากับจีนเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยจำเป็นต้องตระหนักถึงการแข่งขันกับจีนไม่เฉพาะในตลาดสหรัฐฯ แต่ต้องคำนึงถึงทุกๆตลาด เพราะจีนเป็นคู่แข่งที่มีความแข็งแกร่ง ฉลาดเฉลียวในเรื่องการค้า มีความเพียรพยายาม ซึ่งหากได้เรียนรู้เทคโนโลยีจะสามารถพัฒนาให้ก้าวได้ไกลมากกว่าชาติไหนๆ จึงนับได้ว่าเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวมาก ประเทศไทยไม่ควรนิ่งนอนใจ ควรจะได้ศึกษา การวางแผน และหากลยุทธ์โดยเป็นความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเตรียมหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวแต่เนิ่น ๆ

ผลกระทบการเป็นสมาชิก WTO ของจีนที่มีต่อประเทศไทย

1. ด้านการลงทุน

1.1 นักลงทุนไทยสนใจที่จะเข้าไปตั้งโรงงานในจีนมากกว่าที่นักลงทุนจีนเข้ามาลงทุนในประเทศไทยและโอกาสที่จีนจะเข้ามาลงทุนในไทยคงไม่ขยายตัวมาก เนื่องจากจีนมีนโยบายในการควบคุมการไหลออกของเงินทุนและมีความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิตและแรงงานราคาถูกในประเทศ

1.2 การลงทุนจากต่างประเทศเข้าไปในจีนมากขึ้น การลงทุนต่างประเทศที่กำลังจะเข้ามาในประเทศไทยหรืออยู่ในไทยอยู่แล้วมีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตเข้าไปจีนเป็นจำนวนมาก ๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเบาได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศจีนมาก เช่น การผลิตรองเท้า เครื่องหนังและของเล่น เป็นต้น

โอกาสที่ประเทศไทยแข่งขันกับจีนคงยากมาก เนื่องจากจีนเป็นประเทศใหญ่ มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าประเทศไทยและมีทรัพยากรพื้นฐานมาก ประกอบกับกฎหมายของจีนยินยอมให้บริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศจีนสามารถถือหุ้นข้างมากในบริษัทได้ นับได้ว่าเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้มีการไหลเข้าของการลงทุนจากต่างชาติเพิ่มมากขึ้น

2. การแข่งขันระหว่างไทยกับจีนในตลาดประเทศที่สาม ตลาดประเทศที่สามได้กลายเป็นตลาดแข่งขันเพื่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทยและจีน เนื่องจาก

- โครงสร้างการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทยและจีนที่คล้ายคลึงกัน หรือสามารถทดแทนกันได้ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าสินค้าสิ่งทอ
- ศักยภาพในการผลิตและความได้เปรียบทางด้านแรงงานและวัตถุดิบประเทศจีนมีความได้เปรียบมากกว่าไทย เช่น เหล็ก และเหล็กกล้า
- ศักยภาพการผลิตและเทคโนโลยีของจีนที่ใกล้เคียงกับไทยและมีการผลิตที่หลากหลายชนิด สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดี เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง อุปกรณ์กีฬา รองเท้า ของเล่น ส่วนประกอบแผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องเล่นวีดีโอและเครื่องเสียง

3. ด้านการค้า ผลกระทบของการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของจีนต่อประเทศไทยมีทั้งด้านบวกและลบ ดังนี้

ด้านบวก ประเทศไทยสามารถส่งสินค้าเกษตรเข้าไปจำหน่ายในประเทศจีนเพิ่มขึ้นตามระบบโควตาภาษี ได้แก่ ข้าวเมล็ดข้าวและผลิตภัณฑ์ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาล

ทราย ผลิตภัณฑ์กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง (โดยเฉพาะกุ้งกุลาดำ)และผลไม้ (เช่น ลำไยสดหรือแห้ง ทุเรียน มะม่วง มังคุด สับโอ ฝรั่งเศส และกล้วยไข่)

ด้านลบ สินค้าเกษตรสำคัญของจีนหลายรายการได้กลายเป็นคู่แข่งสินค้าไทยทั้งในตลาดไทยและตลาดโลก เพราะสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ประเทศจีนสามารถผลิตและส่งออกเป็นรายใหญ่ของโลก ได้แก่

- สินค้าจีนที่คาดว่าจะแย่งส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลก เช่น กุ้งสดแช่แข็ง (ตลาดสหรัฐอเมริกา) ไก่สดแช่แข็ง ผักสดแช่แข็ง (ตลาดญี่ปุ่น) ลำไย (ตลาดสิงคโปร์และฮ่องกง)
- สินค้าจีนที่คาดว่าจะเข้ามาในไทยมากเช่นเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป กระเทียม ใบชา เป็นต้น

ผลกระทบต่อสินค้าสำคัญของไทย ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับอุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์และตกแต่งสิ่งทอ อาหารสำเร็จรูป อุตสาหกรรมทอผ้าและรองเท้า

อัญมณีและเครื่องประดับ

1. การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน ทำให้ประเทศคู่ค้าของจีนต้องเปิดตลาดเครื่องประดับอัญมณีให้แก่จีนด้วย ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้จีนสามารถส่งเครื่องประดับทองคำเข้ามาจำหน่ายในประเทศคู่ค้ารวมทั้งประเทศไทยได้อีกด้วย
2. หลังจากที่จีนเปิดตลาดการค้าเสรี จะส่งผลให้จีนมีความต้องการพลอยสี เพื่อนำไปผลิตเป็นเครื่องประดับประกอบทองคำเพิ่มมากขึ้น

อุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และตกแต่งสิ่งทอ

1. ไทยได้เปรียบด้านเทคโนโลยีและแรงงาน (ค่าแรงงานจีนไม่ต่ำกว่าค่าแรงงานไทยมากนัก)
2. จีนได้เปรียบด้านต้นทุนขนส่งและวัตถุดิบในการผลิตที่ถูกกว่าเพราะมีพื้นที่อำนวยความสะดวกการปลูกฝ้ายและปัญหาของศัตรูพืชมีน้อย

อาหารสำเร็จรูป

1. ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าจีน แต่ในระยะยาวข้อพิงระมัดระวังคือประเทศไทยต้องพัฒนาเรื่องการควบคุมคุณภาพ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับจีนในด้านราคาและต้นทุน
2. ในอีก 1 -- 2 ปีข้างหน้า อุตสาหกรรมสับประคไทยยังไม่ได้รับผลกระทบ เพราะจีนกำลังอยู่ระหว่างปรับแรงกดดันการผลิต คาดว่าจะส่งออกได้ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2546
3. ไทยสามารถส่งออกสินค้าได้มากขึ้น เพราะจีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และการผลิตของจีนไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ

อุตสาหกรรมทอผ้า

1. ผู้ผลิตสิ่งทอชั้นนำของไทยอาจได้รับผลกระทบ เพราะผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศต่างๆ สามารถนำเข้าวัตถุดิบจากจีนที่มีราคาถูกกว่า
2. การที่จีนต้องลดมาตรการกีดกันทางการค้าลง ส่งผลทำให้ไทยสามารถส่งออกสินค้าไปยังตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ได้มากขึ้น

รองเท้า

1. การแข่งขันในต่างประเทศ ประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศจีนรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดล่าง แต่ไทยยังได้เปรียบเรื่องฝีมือ (สินค้าจีนเน้นการผลิตปริมาณมาก แต่คุณภาพสู้ประเทศไทยไม่ได้)
2. การนำเข้ารองเท้าจากจีน ที่ผ่านมาจีนส่งรองเท้าเข้ามาในไทยในราคาที่ต่ำมาก ทำให้ผู้ผลิตรองเท้าไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ นอกจากนี้มีการลักลอบนำเข้าสินค้าทางชายแดนมาก ทำให้สินค้าจีนสามารถขายได้ในราคาที่ต่ำ เพราะไม่ต้องเสียภาษีร้อยละ 30 อย่างไรก็ตาม การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน ทำให้ไทยต้องลดภาษีนำเข้ารองเท้าให้กับจีน ดังนั้นผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวพัฒนาคุณภาพและวิธีการผลิตสินค้าให้คู่แข่ง โดยเรียนรู้และตามแฟชั่นต่างประเทศให้ทันกับเหตุการณ์

ตารางที่ 7.16

ผลการเจรจาที่จะเป็นประโยชน์ต่อไทยในการเข้าตลาดจีน

ประเภท	ข้อตกลง
<p>1. การค้าสินค้า</p> <p>1.1 มาตรการด้านภาษี</p> <p>1.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี</p>	<p>1. สินค้าอุตสาหกรรม จีนลดภาษีให้ไทย 85 รายการ โดยอัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ยร้อยละ 25.9 เหลือร้อยละ 11.8 อาทิ สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ ในห้องนอน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัวและเครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น</p> <p>2. สินค้าเกษตร จีนลดภาษีให้ไทย 39 รายการ อัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ยร้อยละ 41.9 เหลือร้อยละ 16.9 ที่สำคัญได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 10 – 20 เหลือร้อยละ 5 – 10 - ลำไยสด อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 12 - สับปะรดกระป๋อง อัตราภาษีลดลงจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 15 <p>3. สินค้าประมง ลดภาษีกุ้งสดแช่แข็งให้ไทยรวม 12 รายการ อัตราภาษีลดลงจากอัตราเฉลี่ยร้อยละ 22.9 เหลือร้อยละ 10.3</p> <p>1. ยางพารา จีนตกลงที่จะลดอัตราภาษีนำเข้ายางพาราจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 20 ทันทีที่จีนเข้าเป็นสมาชิก WTO โดยกำหนดโควต้าในปีที่เริ่มต้นไว้ 429,000 ตัน จะขยายโควต้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี และจะยกเลิกโควต้าตั้งแต่ปี 2547</p> <p>2. ข้าว จีนกำหนดโควต้าเริ่มต้นสำหรับข้าว และผลิตภัณฑ์ข้าว ในปี 2543 ไว้ 2.66 ล้านตัน และจะขยายโควต้าเพิ่มขึ้นเป็น 5.32 ล้านตัน ในปี 2547 โดยจะเรียกเก็บภาษีนำเข้าข้าวร้อยละ 1 ผลิตภัณฑ์ข้าวร้อยละ 9 และให้ภาคเอกชนสามารถนำเข้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวได้ถึงร้อยละ 50 ของปริมาณโควต้าที่กำหนด</p>

ตารางที่ 7.16 (ต่อ)

ผลการเจรจาที่จะเป็นประโยชน์ต่อไทยในการเข้าตลาดจีน

ประเภท	ข้อตกลง
2. ด้านบริการ	<p>3. นำตาล จีนกำหนดโควตานำเข้าเริ่มต้นไว้ 1.6 ล้านตัน อัตราภาษีร้อยละ 30 และจะเพิ่มโควตาเป็น 1,945 ล้านตัน ในปี 2547 โดยลดภาษีลงเหลือร้อยละ 20 ทั้งนี้ หากจีนมีการส่งน้ำตาลที่นำออกนอกประเทศ (Re-export) เป็นจำนวนมากกว่าปกติ จีนจะให้โอกาสหารือกับไทยเพื่อมิให้กระทบต่อการส่งออกของไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> - จีนเปิดตลาดการค้าบริการสาขาการท่องเที่ยว กิจการโรงแรมและภัตตาคาร <p>1. บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจีนอนุญาตให้ต่างชาติที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดและร่วมทุนกับจีนตั้งบริษัทนำเที่ยวในเขตที่พักตากอากาศ ซึ่งกำหนดโดยรัฐบาลจีนและในเมืองปักกิ่ง ซีอาน เซี่ยงไฮ้ และกวางโจว และหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ 3 ปีแล้ว (2547) จึงอนุญาตให้บริษัทนำเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมทุนนำนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปต่างประเทศรวมทั้งฮ่องกง มาเก๊า และได้หวัน</p> <p>2. โรงแรมและภัตตาคาร นักลงทุนในไทยสามารถเข้าไปร่วมลงทุนในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร โดยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ และหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ 4 ปีแล้ว (2548) จีนจะอนุญาตให้เปิดสาขาย่อย โดยต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของได้ 100% ทั้งนี้ จีนยังไม่อนุญาตให้บุคคลธรรมดาเข้าไปประกอบธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ยกเว้นการเคลื่อนย้ายชั่วคราวของพนักงานระดับผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริการ อาวุโสและพ่อครัว ซึ่งมีสัญญา กับบริษัทร่วมทุนของโรงแรมหรือภัตตาคารในจีนเท่านั้น</p>

ที่มา: หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับประจำวันที 3 - 6 มกราคม 2545

กิจกรรมที่ 5

ให้นักศึกษาวิเคราะห์ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในการทำธุรกิจระหว่างประเทศของเงินดอลลาร์และหย่งเงินเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและผลกระทบคือประเทศไทย

ประเทศเวียดนามคู่แข่งใหม่

การปรับเปลี่ยนนโยบายเศรษฐกิจของเวียดนามเพื่อเข้าสู่ระบบตลาดเสรี เช่น การประกาศใช้นโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจ Doi Moi การปฏิรูประบบการค้า การลงทุน การเงินและการธนาคาร เวียดนามได้เร่งรัดพัฒนาประเทศ ปัจจุบันเวียดนามมีบทบาทสำคัญบนเวทีการค้าโลก นโยบายส่งเสริมการลงทุนของเวียดนามได้ดึงดูดเงินทุนไหลเข้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น เวียดนามเป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยทั้งด้านการค้าและการลงทุน

เศรษฐกิจและการค้า เศรษฐกิจและการค้าของประเทศเวียดนามในอนาคตอยู่ในเกณฑ์ดี อัตราการเจริญเติบโตทางด้านการเศรษฐกิจดี ขณะที่การแก้ปัญหาเงินเพื่อประสบความสำเร็จ และมีแนวโน้มลดต่ำลง และรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ในเกณฑ์สูงขึ้น

ตารางที่ 7.17

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจประเทศเวียดนาม

ปี	GDP (Gross Domestic Product)	อัตราเงิน เพื่อ	หมายเหตุ
2540	8.2	3.1	ปี 2545 F จำนวนประชากรทั้งสิ้น 78.8 ล้านคน
2541	5.8	7.9	• รายได้ต่อหัว (GDP Per capita ประมาณ 2,390 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
2542	4.8	4.1	• มูลค่าการส่งออก (ม.ค.-มิ.ย.2545) ประมาณ 7,327.24 ล้านบาท
2543	6.8	-1.7	สินค้าส่งออก - น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์แปรรูป ข้าว กาแฟ ยางพารา ฯลฯ
2544	6.8	-0.3	ส่งออกไปประเทศ - ญี่ปุ่น เยอรมนี สิงคโปร์ ไต้หวันฮ่องกง ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ สหรัฐฯ จีน
2545	5.8	2.0	
2546	6.8	3.8	
2547	7.3	7.6	
2548	6.6	7.0	
2549	7.0	6.5	

- ที่มา: 1. EIU Country Data มิถุนายน 2545, F = คาดคะเน
2. สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สิงหาคม 2545)
3. ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

เวียดนามได้นำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก สินค้านำเข้ามีหลายประเภทเช่น เครื่องจักรกล อุปกรณ์ น้ำมันปิโตรเลียม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เหล็กและเหล็กกล้า ผ้าฝ้าย วัสดุพลาสติก ผลิตภัณฑ์เคมี ปุ๋ย อิเล็กทรอนิกส์ และอะไหล่รถยนต์

ตารางที่ 7.18

เวียดนามนำเข้าสินค้านำรายการสำคัญ ปี 2001 – 2002 (ม.ก. – ม.ย.)

สินค้า	US\$ Mill. (ม.ก. – ม.ย.)		GROWTH (%) (ม.ก.-ม.ย.)	ประเทศ
	2001	2002	02/01	
ทั่วโลก	7,889.95	8,626.64	10.17	
1. เครื่องจักรกล อุปกรณ์	1,280.51	1,675.30	30.82	ญี่ปุ่น, สิงคโปร์, ไต้หวัน, เกาหลีใต้, ไทย (2.59%)
2. น้ำมันปิโตรเลียม	1,038.34	929.41	-10.49	สิงคโปร์, จีน, เกาหลีใต้, ไต้หวัน, ไทย (2.54%)
3. สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	827.41	815.48	-1.44	ไต้หวัน, เกาหลีใต้, ฮองกง, ญี่ปุ่น, ไทย (2.26%)
4. เหล็กและเหล็กกล้า	476.65	522.77	9.68	ญี่ปุ่น, ไต้หวัน, เกาหลีใต้, จีน, ไทย (2.79%)
5. ผ้าฝ้าย	134.63	465.56	245.81	ไต้หวัน, เกาหลีใต้, จีน, ญี่ปุ่น, ไทย (2.36%)
6. วัสดุพลาสติก	235.63	268.38	13.84	ไทย(16.74%), เกาหลีใต้, ไต้หวัน, จีน, สิงคโปร์
7. ผลิตภัณฑ์เคมี	175.26	226.38	29.17	ไต้หวัน, อินโดนีเซีย, จีน, ญี่ปุ่น, ไทย (2.85%)
8. ปุ๋ย	177.99	224.47	26.11	สิงคโปร์, จีน, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, ญี่ปุ่น, ไทย (1.08%)
9. อิเล็กทรอนิกส์	259.32	209.15	-19.35	ญี่ปุ่น, สิงคโปร์, เกาหลีใต้, มาเลเซีย, ไทย (4.17%)
10. อะไหล่รถยนต์	121.38	153.49	26.45	ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, ไต้หวัน, ไทย(3.13%), จีน

การค้ากับประเทศไทย ประเทศไทยส่งออกสินค้าหลายประเภทไปยังประเทศเวียดนาม ขณะเดียวกันประเทศไทยได้นำเข้าสินค้าหลากหลายประเภทจากประเทศเวียดนาม มูลค่าการส่งออกสินค้าไปยังประเทศเวียดนามมีมากกว่ามูลค่าสินค้านำเข้า ประเทศไทยเกินดุลการค้าปี 2544 ประมาณ 475 ล้านบาท และ 346 ล้านบาท (มกราคม – กรกฎาคม 2545)

ตารางที่ 7.19

การค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

สินค้าหลักไทยส่งออกไปเวียดนาม

ปี 2001 – 2002 (ม.ค. – ก.ค.)

สินค้าหลักไทยนำเข้าจากเวียดนาม

ปี 2001 – 2002 (ม.ค. – ก.ค.)

สินค้า	US\$ Mill. 2001	US\$Mill. 2002 ม.ค.-มิ.ย.	GROWTH (%) 01	GROWTH (%) 02 ม.ค.-มิ.ย.	สินค้า	US\$ Mill. 2001	US\$Mill. 2002 ม.ค.-มิ.ย.	GROWTH (%) 01	GROWTH (%) 02 ม.ค.-มิ.ย.
1. เม็ดพลาสติก	106.84	49.32	-13.85	-2.01	1. เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	168.44	44.55	-17.89	58.34
2. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	62.15	29.38	9.21	-17.02	2. น้ำมันดิบ	41.53	29.69	43.41	-3.13
3. เคมีภัณฑ์	40.84	24.50	18.94	8.88	3. ยานยนต์	26.42	13.87	18.31	-15.22
4. รถจักรยานยนต์และ ส่วนประกอบ	67.05	24.49	-49.21	-46.68	4. เม็ดพลาสติกอื่น ๆ	13.42	9.63	62.04	26.60
5. น้ำมันสำเร็จรูป	73.40	23.43	-27.27	-46.53	5. หนังสือและหนังสือ พิมพ์	9.72	5.20	24.30	-16.71
6. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ ของ เครื่องจักรกล	38.17	19.13	11.00	-9.72	6. วัสดุเหล็กท่อและ เครื่องสำอาง	0.47	5.06	725.13	4,005.98
7. ปูนซีเมนต์	19.87	18.44	390.12	166.40	7. เคมีภัณฑ์	6.44	4.93	352.06	20.76
8. เครื่องยนต์สันดาบ ภายในและแบบ ถูก สูบและส่วนประกอบ	21.87	12.91	-14.19	-13.91	8. วัสดุพลาสติกแข็ง	7.37	4.61	44.93	9.05
9. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	20.44	12.87	0.01	18.29	9. สินค้าโลหะอื่น ๆ และเศษโลหะ	4.15	2.78	206.94	21.01
10. ถังปิโตรเลียม เหล็ก	17.54	12.66	130.75	82.57	10. ปลาหมึกสดแช่เย็น	3.66	2.70	-11.48	42.12
รวมสินค้า 10 รายการ	468.17	279.38	-13.33	-6.12	รวมสินค้า 10 รายการ	281.63	122.41	-1.04	-31.97
อื่น ๆ	333.06	212.27	8.42	7.45	อื่น ๆ	44.14	22.97	-7.06	-5.23
มูลค่ารวม	801.23	491.65	-5.44	-6.70	มูลค่ารวม	325.77	145.38	-1.90	-28.89

ดุลการค้า

	2001		2002	
ดุลการค้า	475.46	-7.73	346.27	19.01

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ

ปัจจุบันเวียดนามมีบทบาทสำคัญในเวทีการค้าโลกเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย

- เวียดนามได้โควต้าสูงสำหรับการส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอส่งไปจำหน่ายตลาดสหภาพยุโรป

- เวียดนามผลิตข้าวส่งออกจำหน่ายทั่วโลกในแต่ละปีปริมาณมากเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทย เนื่องจากประเทศเวียดนามมีเป้าหมายและการดำเนินนโยบายการส่งออก ซึ่งได้วางแผนระยะยาว 10 ปี (2544 – 2553)

- เวียดนามให้สิทธิประโยชน์การลงทุนของชาวต่างประเทศ ดึงดูดเงินทุนไหลเข้าสู่เวียดนามเป็นคู่แข่งรายใหม่ซึ่งมีบทบาทสำคัญการค้าโลกส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการค้าประเทศไทย ดังนั้นประเทศไทยต้องเร่งรัดพัฒนาศักยภาพการส่งออกและดึงดูดเงินทุนไหลเข้าจากต่างประเทศ รายละเอียดโดยสังเขปเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศและการลงทุนของเวียดนามมีดังต่อไปนี้

ประเทศเวียดนามคู่แข่งข้าวของไทย คู่แข่งข้าวของไทย เวียดนามได้เปลี่ยนฐานะจากประเทศผู้นำเข้ามาเป็นผู้ส่งออกข้าว นับตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมา เนื่องจากในปี 2529 ประเทศเวียดนามเริ่มเปิดประเทศและดำเนินนโยบายปฏิรูปและพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จุดประสงค์มุ่งเน้นการพัฒนาภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของระบบเศรษฐกิจ ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรมโดยเฉพาะการผลิตข้าวมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5 ต่อปี ขณะที่อัตราประชากรเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.2 ต่อปี

จากข้อมูลสถิติในช่วงฤดูกาลเพาะปลูกปี 2541 – 2542 (1 สิงหาคม 2541 – 31 กรกฎาคม 2542) เวียดนามสามารถส่งออกข้าวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 19 มีมูลค่ารวม 1,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

เวียดนามในแต่ละปีมีรายได้จำนวนมากจากการส่งข้าวออกจำหน่ายต่างประเทศ ชาวเวียดนามบริโภคข้าวเป็นอาหารหลักและเกษตรกรส่วนใหญ่เพาะปลูกข้าวซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญ ดังนั้นรัฐบาลเวียดนามจึงต้องเร่งรัดพัฒนาการผลิตและการส่งออกอย่างต่อเนื่องดังนี้

- ส่งเสริมนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาร่วมลงทุนผลิตและส่งออกข้าว ปัจจุบันมีนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนสร้างโรงสีข้าวและโรงงานแปรรูปข้าวจำนวนมากในเวียดนาม เช่น บริษัท American Rice Inc ของสหรัฐอเมริกา บริษัท Orco International PLC ของฝรั่งเศสและบริษัท Golden Resource Development International Ltd. ของฮ่องกง

- พัฒนาเขตผลิตข้าวเพื่อการส่งออกบริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง (Mekong Delta) เวียดนามจัดหางบเงินให้กู้ยืมจำนวน 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ระหว่างปี 2541-2553 แก่เกษตรกรและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงรวมทั้งระบบชลประทานเพื่อส่งเสริมการเพาะปลูกข้าวในปริมาณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง

- ปรับปรุงคุณภาพข้าวเพื่อการส่งออก โดยปรับปรุงคุณภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ใช้ในการเพาะปลูก การพัฒนาวิธีการเก็บรักษาหลังการเกี่ยวเกี่ยว การจำแนกขนาด การควบคุมคุณภาพ การปรับปรุงเทคโนโลยีการแปรรูปข้าว เป็นต้น

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นและประกอบกับประเทศเวียดนามได้จัดสรรงบประมาณเพื่อภาคเกษตรกรรมและพัฒนาชนบทอย่างจริงจัง โดยเพิ่มเงินงบประมาณกว่าร้อยละ 50 ในปี 2542 ที่ผ่านมาส่งผลให้การผลิตและการส่งออกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันเวียดนามเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวอันดับสองของโลกรองจากประเทศไทย เช่น ฤดูกาลเพาะปลูกปี 2542 – 2543 เวียดนามส่งข้าวออกได้ 4.3 ล้านตัน ขณะที่ประเทศส่งออกข้าวได้ 6.0 ล้านตัน

นโยบายส่งเสริมการส่งออกข้าวปี 2546 กระทรวงพาณิชย์ได้จัดประชุมกับสมาคมข้าวเวียดนาม ณ นครโฮจิมินห์ ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2546 เพื่อวางแผนการส่งออกข้าวปี 2546 รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ พณฯ Mai Van Dau ได้ทราบว่าอิรักเป็นตลาดส่งออกข้าวที่สำคัญของเวียดนามในปี 2546 แม้ว่าสงครามจะเกิดขึ้นแก่ชาวอิรักต้องมีข้าวกิน ดังนั้นรัฐบาลและบริษัทต่าง ๆ ต้องพยายามหาวิธีเพื่อส่งข้าวเข้าตลาดอิรัก นอกจากอิรักเป็นตลาดใหญ่ตลาดหนึ่ง อิรักยังเป็นตลาดที่มีความสามารถซื้อข้าวคุณภาพสูง นอกจากนั้นซีเรียและเยเมนก็เป็นตลาดที่น่าสนใจ

สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เวียดนามเคยส่งข้าวออกไปจำหน่ายหลายปีแล้ว เช่น ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ในปี 2546 คาดว่าเวียดนามจะส่งข้าวออกไปจำหน่ายยังตลาดฟิลิปปินส์ประมาณ 55,000 ตัน อินโดนีเซีย 900,000 ตัน ประมาณว่าปี 2546 เวียดนามส่งข้าวออกจำหน่ายต่างประเทศ ประมาณ 3.2 ล้านตัน และปี 2548 ตั้งเป้าหมายการส่งออกข้าวเป็น 4 – 4.5 ล้านตัน ทั้งนี้เวียดนามได้คาดว่าความต้องการของตลาดโลกเพิ่มขึ้น เป้าหมายการส่งออกเวียดนาม 10 ปีข้างหน้า เวียดนามมีเป้าหมายการขยายตัวสินค้าส่งออกที่สำคัญ โดยได้กำหนดโครงสร้างเป้าหมายดังนี้

โครงสร้างเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจเวียดนามปี 2544 – 2553 การพัฒนาเศรษฐกิจของเวียดนามในช่วงอีก 10 ปีข้างหน้า ปี 2544 – 2553 เวียดนามมีวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการพัฒนาประเทศให้มุ่งไปข้างหน้า ส่วนสำคัญคือผลผลิตและการส่งออกให้มีปริมาณเติบโตขึ้นเป็น

2. ทำในการเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของ GDP เป้าหมายสำคัญคือ เวียดนามต้องการให้เกิดผลสำเร็จในการแลกเปลี่ยนการค้ากับต่างประเทศให้มากที่สุด และเป้าหมายการวางโครงการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความทันสมัย และได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในระยะสั้น ๆ เวียดนามได้วางเป้าหมายการส่งออกสินค้าสำคัญปี 2548 ต้องเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ประมาณ ๖ เท่า

ตารางที่ 7.20

เป้าหมายการส่งออกสินค้าที่สำคัญของเวียดนามระหว่างปี 2543 และปี 2548

สินค้าเป้าหมายส่งออก	เป้าหมายปี 2543	เป้าหมายปี 2548
1. น้ำมันดิบ (ล้านตัน)	15.5 – 16	16 – 17
2. ถ่านหิน (ล้านตัน)	3.8 – 4.2	6 – 7
3. เสื้อผ้าและสิ่งทอ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	1.7 – 2	3.5 – 4
4. รองเท้า (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	1.4 – 2	4.5 – 5
5. อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน(ล้านเหรียญสหรัฐ)	800 – 850	1,800 – 2,000
6. ข้าว (ล้านตัน)	3 – 3.2	4 – 4.5
7. กาแฟ (ล้านตัน)	1 – 1.3	2 – 2.3
8. ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	1.4 – 1.6	3.5 – 4
9. สินค้าศิลปหัตถกรรม (ล้านเหรียญสหรัฐ)	300 – 350	900 – 1,000
9.1 เฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน (ล้านเหรียญสหรัฐ)	120 – 130	350 – 400
9.2 รูปภาพและไม้แกะสลัก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	50 – 60	120 – 150
9.3 สินค้าเซรามิก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	100 – 120	250 – 300
9.4 เครื่องหยาและไม้ไผ่สาน (ล้านเหรียญสหรัฐ)	30 – 40	60 – 80
9.5 พรมทอต่าง ๆ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	10	20 – 25
9.6 หัตถกรรมอื่น ๆ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	10	20 – 25
10. การส่งออกทั้งหมด (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	13.5 – 14	30 – 35

ที่มา : กระทรวงการวางแผนและการลงทุน ทบวงสถิติแห่งชาติ

เป้าหมายการส่งออกเวียดนาม 10 ปีข้างหน้า

มาตรการเร่งรัดการผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก เวียดนามให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก ภาคเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเวียดนาม เนื่องจากมีแรงงานในภาคเกษตรกรรมมากกว่าร้อยละ 70 ของประเทศทั้งประเทศ และมีรายได้หลักจากการส่งออกสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรของเวียดนามติดอันดับโลกอยู่หลายรายการ เช่น ข้าว กาแฟและถั่วลิสง เวียดนามจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก

ปี 2537-2543 เวียดนามได้จัดเงินงบประมาณตามแผนพัฒนาภาคเกษตรกรรมให้แก่กระทรวงเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นจำนวนเงินสูงถึง 23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยกำหนดแนวทางสำคัญไว้ดังนี้

- เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตโดยมีการแปรรูปสินค้าเกษตรมากขึ้น
- เน้นการพัฒนากรรมวิธีการผลิตให้เหมาะสมและสอดคล้องต่อการค้าสินค้าเกษตรกรรมของเวียดนาม
- ลดการพึ่งพาการส่งออกข้าวลง โดยการไม่เพิ่มพื้นที่เพาะปลูกข้าว แต่เน้นการเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรอื่น ๆ ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า

ผลจากการที่รัฐบาลเวียดนามได้เร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจของเวียดนามในช่วงอีก 10 ปีข้างหน้า (ปี 2544 - 2553) ในระยะสั้นกำหนดเป้าหมายเร่งรัดการส่งออกสินค้าสำคัญ ปี 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าจากปี 2543 ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น ประกอบกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมอย่างจริงจัง รวมทั้งความเชี่ยวชาญของเวียดนามในการเพาะปลูกและการเก็บเกี่ยวผลผลิตหลายชนิด ทำให้สินค้าเกษตรมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูง เวียดนามจึงสามารถขยายการส่งออกและเจาะตลาดส่งออกใหม่ๆ ได้มากขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันนอกจากเวียดนามจะเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวอันดับสองของโลก รองจากประเทศไทยแล้วยังมีสินค้าเกษตรส่งออกติดอันดับโลกเช่น

กาแฟ ปัจจุบันเวียดนามส่งออกมากเป็นอันดับ 3 ของโลกและเป็นอันดับหนึ่งของเอเชีย เวียดนามมีค่าเฉลี่ยผลผลิตกาแฟสูงที่สุดในโลก คือ 1,700 กก./เฮกเตอร์ ค่าเฉลี่ยผลผลิตโลกเท่ากับ 600 กก./เฮกเตอร์ ในเอเชียและลาติน 700 กก./เฮกเตอร์ และในแอฟริกา 400 กก./เฮกเตอร์ กาแฟของเวียดนามมีราคาต้นทุนที่ต่ำที่สุดในโลก มีการส่งออกไปสู่ประเทศต่าง ๆ มากกว่า 52 ประเทศ แต่กาแฟของเวียดนามยังด้อยกว่าด้านคุณภาพ ดังนั้นปัญหาคือทำอย่างไรที่จะให้กาแฟมีคุณภาพได้

มาตรฐานในการผลิตกาแฟ ซึ่งเวียดนามได้พยายามปรับปรุงแก้ไขตลอดมาเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ปัจจุบันเวียดนามมีโครงการระบบการผลิตที่ทันสมัยเพื่อเป้าหมายในการขยายตลาดการส่งออกในปี 2548 ไว้ 2 – 2.3 พันตัน

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์, คอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วน มีการขยายตัวมากในการส่งออกและเพิ่มขึ้นทุกปี เวียดนามตั้งเป้าหมายการส่งออกปี 2548 มูลค่า 1.8 – 2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

รองเท้า การส่งออกรองเท้าของประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 122.5% ต่อปี เวียดนามส่งออกรองเท้ามากเป็นอันดับ 3 ของการส่งออกทั้งหมด ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีการแข่งขันมากและรองเท้าเป็น 1 ในสินค้า 12 รายการ ของการเพิ่มขึ้นเพื่อการส่งออกทั้งหมด ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีการแข่งขันมาก รองเท้าผลิตจากประเทศเวียดนามเป็นที่ต้องการในตลาดของผู้บริโภคอุปโภคและยังสามารถขยายตลาดไปยังสหรัฐฯเพิ่มขึ้นอีก 10% เป้าหมายการส่งออกของเวียดนามในปี 2548 คือ 4.5 – 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เวียดนามได้ส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมากกว่า 45 ประเทศ ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ปัจจุบันเวียดนามได้พัฒนาและสนับสนุนเพิ่มพื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและการออกจับปลามาขายฝั่งทะเลมากขึ้น ประเทศเวียดนามมีแผนการขยายผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำเพื่อการส่งออก เพื่อให้เพียงพอับความต้องการตลาดหลัก โดยวางเป้าหมายไว้ในปี 2548 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำประมาณ 3.5 – 4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

สินค้าศิลปหัตถกรรม รวมทั้งงานฝีมือต่าง ๆ ประเทศเวียดนามได้ตั้งเป้าหมายมูลค่าการส่งออกสินค้าหัตถกรรม ทุกประเภทเพิ่มขึ้นจากปี 2543 จากตารางข้อมูลสถิติ เช่น เฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน รูปภาพและไม้แกะสลัก สินค้าเซรามิก เครื่องหvac และไม้ไผ่สาน การทอต่าง ๆ งานหัตถกรรมอื่น ๆ ในปี 2548 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี 2543 เป็น 400, 150, 300, 80, 25 และ 25 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ

เวียดนามได้โควต้าส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอไปตลาดสหภาพยุโรป (EU) เพิ่มขึ้น เวียดนามส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอไปจำหน่ายตลาดโลกปริมาณและมูลค่ามากและมีความได้เปรียบเหนือกว่าตลาดส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอไทย เนื่องจากประเทศเวียดนามได้โควต้าสำหรับสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าเข้าตลาดสหภาพยุโรป (EU) เพิ่มขึ้น ร้อยละ 50 – 75 เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2546 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และสหภาพยุโรปได้เจรจาและตกลงลงนามในข้อตกลงเพิ่มโควต้าสำหรับการค้าสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าจากประเทศเวียดนามสามารถส่งจำหน่ายตลาด EU เพิ่มขึ้น

ส่วนมากเป็นสินค้าประเภท “Hot” ที่ตลาดอียูกำลังมีความต้องการเช่น กางเกง เสื้อเชิ้ตผู้ชาย เสื้อเชิ้ตสตรี เสื้อ Woo – len เสื้อยืด ทั้งหมดได้เพิ่มโควตาและสหภาพยุโรปยังลดภาษีนำเข้าจากเวียดนามสำหรับสินค้าเสื้อฝ้ายร้อยละ 20 สิ่งทอร้อยละ 12 ค้ายร้อยละ 7 และเส้นใยร้อยละ 4

ปี 2546 มูลค่าการค้า (ส่งออก-นำเข้า) ระหว่างประเทศเวียดนามกับสหภาพยุโรป ประมาณ 6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในจำนวนนี้มีสิ่งทอและเสื้อผ้าประมาณ 850 – 900 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ปัจจุบันเวียดนามมีบริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าไปยังสหภาพยุโรป 800 บริษัท

เป้าหมายปี 2548 เวียดนามคาดว่าจะสามารถส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าไปยังสหภาพยุโรปมูลค่าประมาณ 3.5 – 4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

เวียดนามให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนชาวต่างประเทศ ดึงดูดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2541 ประเทศเวียดนามได้ประกาศบังคับใช้รัฐบัญญัติฉบับที่ 10 (Decree No. 10/1998/ND – cp) เป็นบทบัญญัติย่อยในกฎหมายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ฉบับล่าสุด Decree No. 10 ให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนต่างประเทศในประเทศเวียดนาม ทั้งนี้รัฐบาลเวียดนามตั้งเป้าหมายไว้ว่ารัฐบัญญัติ 10 ของกฎหมายส่งเสริมการลงทุนฉบับล่าสุดนี้จะช่วยดึงดูดให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในเวียดนามเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่เวียดนามไม่สามารถดึงดูดการลงทุนด้วยค่าจ้างแรงงานถูกได้อีกต่อไป เนื่องจากอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในเวียดนามเพิ่มสูงขึ้นจากระดับ 30 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือนในช่วงปี 2531

สิทธิประโยชน์ที่สำคัญที่นักลงทุนจากต่างประเทศจะได้รับเพิ่มมากขึ้นตามรัฐบัญญัติ 10 ได้แก่

- ภาวะภาษีของผู้ประกอบการลดต่ำลง จากเดิมที่กรมศุลกากรเป็นผู้ประเมินภาวะภาษี ซึ่งมักจะประเมินไว้สูงเปลี่ยนเป็นการประเมินภาวะภาษีตามราคาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในใบส่งของ (Invoice) แทน
- การให้อิสระแก่นักลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้นในธุรกิจบางประเภท ในการเลือกประเภทของโครงการที่ต้องการนำเข้ามาลงทุน รูปแบบที่ตั้งของโครงการลงทุนและสัดส่วนของเงินลงทุนจากต่างประเทศ เช่น โครงการลงทุนด้านธุรกิจ โรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ เดิมกำหนดให้นักลงทุนต่างประเทศต้องร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่นในสัดส่วน 70: 30 แต่ปัจจุบันอนุญาตให้นักลงทุนต่างประเทศสามารถลงทุนได้ทั้งหมด

- ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน เช่น นักลงทุนจากต่างประเทศ สามารถที่จะเริ่มดำเนินการได้ทันที หลังจากได้รับหนังสืออนุมัติส่งเสริมการลงทุนแล้ว จากเดิมที่ต้องขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจก่อนจึงจะเริ่มดำเนินการได้

- ลดมาตรการกีดกันทางการค้าลง เช่น จากเดิมสินค้าที่ผลิตในเวียดนามห้ามมิให้มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าข้ามเขตกัน ข้อยกเว้นใหม่เป็นสินค้าที่ผลิตในเวียดนามสามารถจำหน่ายได้ทั่วประเทศ

- นักลงทุนจากต่างประเทศได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีมากขึ้น เช่น

- (ก) ยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบเพื่อผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง
- (ข) บริษัทที่เข้ามาลงทุนทุกประเภทในเวียดนามสามารถยกยอดขาดทุนที่เกิดขึ้นในปีนี้ไปรวมกับผลการดำเนินการในปีถัดไปได้ และยังสามารถนำผลขาดทุนที่เกิดขึ้นไปหักกลับกับกำไรในปีภาษีถัดไปได้แต่ไม่เกิน 5 ปี
- (ค) ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นทรัพย์สินถาวร
- (ง) อนุญาตให้นำยอดเงินบริจาคเพื่อการกุศลไปหักจากผลกำไรก่อนคำนวณภาษีได้

จากข้อมูลกระทรวงวางแผนและการลงทุนของเวียดนาม ได้อนุมัติโครงการลงทุนของต่างชาติระหว่างเดือนมกราคม – มิถุนายน 2544 ไปแล้วทั้งสิ้น 200 โครงการ มูลค่าทั้งสิ้น 968.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 29.9 ดังนี้

ตารางที่ 7.21

ประเภทอุตสาหกรรมที่ต่างชาตินำมาลงทุน

กิจการ	จำนวนโครงการ	เงินลงทุน (ล้านเหรียญสหรัฐ)
อุตสาหกรรม/กิจการการก่อสร้าง	162	880.16
การเกษตร – ประมง – ป่าไม้	9	12.17
บริการ	29	75.80
รวม	200	968.13

ตารางที่ 7.22

กลุ่มประเทศที่เข้าไปลงทุนในเวียดนาม

กลุ่มประเทศ	จำนวนโครงการ	เงินลงทุน*	หมายเหตุ
เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ	124 (62%)	288.3 (29.8%)	กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ*
อาเซียน	17 (8.5%)	27.38 (2.8%)	ประกอบด้วย โครงการ เงินลงทุน
ยุโรป	21 (10.5%)	565.39 (58.4%)	ไต้หวัน 51 86.13 เกาหลีใต้ 32 36.51
อเมริกา	31 (15.5%)	69.71 (7.2%)	จีน 20 33.39 ญี่ปุ่น 12 85.87
ออสเตรเลีย	7 (3.5%)	17.35 (1.8%)	ฮ่องกง 9 46.40
รวม	200 (100%)	968.13(100%)	124 288.3

* ล้านเหรียญสหรัฐฯ

นักลงทุนชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้าไปลงทุนในประเทศเวียดนามสามารถเลือกลงทุนได้จาก 7 รูปแบบซึ่งมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันดังนี้

รูปแบบที่ 1 การลงทุนโดยชาวต่างประเทศ หรือ Foreign Owned Business เป็นการลงทุนโดยชาวต่างประเทศทั้งหมด โดยจัดตั้งในรูปแบบของบริษัทจำกัด ซึ่งมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายเวียดนาม ข้อดีของการลงทุนประเภทนี้คือการบริหารงานคล่องตัว ข้อเสียอาจไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับหน่วยราชการต่างๆของเวียดนามเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังประสบปัญหาในเรื่องการถือกรรมสิทธิ์เป็นสินทรัพย์ต่างๆ และปัญหาแรงงานท้องถิ่น

รูปแบบที่ 2 การเปิดสาขาหรือ Branches เป็นการลงทุนในธุรกิจเฉพาะบางประเภทเท่านั้น เช่น ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจประกันภัย บริษัทกฎหมายและบริษัทบัญชี โดยกิจการเหล่านี้จะไม่ถือว่าเป็นนิติบุคคลภายใต้กฎหมายเวียดนาม แต่จะมีสถานะเป็นเพียงบริษัทลูกซึ่งมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศเท่านั้น ข้อดีของการลงทุนแบบนี้ก็สามารถดำเนินธุรกิจต่างๆในขอบข่ายที่กว้างกว่าการลงทุนในรูปแบบการเปิดสำนักงานตัวแทน ข้อเสียการจัดตั้งสาขาไม่ถือว่าเป็นนิติบุคคลภายใต้กฎหมายเวียดนามแต่จะมีสถานะเป็นบริษัทลูกซึ่งมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศเท่านั้น

รูปแบบที่ 3 การร่วมลงทุนหรือ Joint Venture เป็นลงทุนร่วมกันระหว่างหุ้นส่วนชาวเวียดนามกับชาวต่างประเทศโดยต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในรูปของบริษัทจำกัดตามกฎหมายของเวียดนาม ทั้งนี้มีข้อกำหนดว่าสัดส่วนการลงทุนของชาวต่างประเทศต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนและจะแบ่งปันผลกำไรที่เกิดขึ้นตามสัดส่วนของการร่วมลงทุน ข้อดี ของการลงทุนแบบนี้คือ เป็นรูปแบบการลงทุนที่รัฐบาลเวียดนามให้การส่งเสริมมากที่สุด อีกทั้งยังสามารถอาศัยหุ้นส่วนชาวเวียดนามติดต่อประสานงานกับหน่วยราชการต่างๆของเวียดนามได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ข้อเสียคือฝ่ายเวียดนามมักร่วมทุนโดยใช้ที่ดินและสิ่งก่อสร้างสูงกว่าความเป็นจริงทำให้นักลงทุนชาวต่างประเทศเสียเปรียบ เนื่องจากหุ้นส่วนชาวเวียดนามลงทุนต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

รูปแบบที่ 4 การเปิดสำนักงานตัวแทนหรือ Representative Offices เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนทางการค้าและการลงทุน ตลอดจนให้บริการในด้านต่างๆ แทนบริษัทแม่ในต่างประเทศ เช่น บริการด้านข้อมูล การตลาดและติดตามเรื่องกฎหมายและเอกสารต่างๆ ให้กับธุรกิจที่ต้องการจะเข้าไปลงทุนในเวียดนาม ข้อดีของการลงทุนรูปแบบนี้คือ มีความเป็นอิสระและใช้เงินลงทุนจํานวนน้อย ข้อเสียไม่สามารถทำธุรกิจโดยตรงได้เองเนื่องจากมีสถานะเป็นเพียงตัวแทนเท่านั้น

รูปแบบที่ 5 การเปิดสำนักงานตัวแทนหรือ Representative Offices เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนทางการค้าและการลงทุน ตลอดจนให้บริการในด้านต่างๆ แทนบริษัทแม่ในต่างประเทศ เช่น บริการด้านข้อมูล การตลาดและติดตามเรื่องกฎหมายและเอกสารต่างๆ ให้กับธุรกิจที่ต้องการจะเข้าไปลงทุนในเวียดนาม ข้อดีของการลงทุนรูปแบบนี้คือ มีความเป็นอิสระและใช้เงินลงทุนจํานวนน้อย ข้อเสีย ไม่สามารถทำธุรกิจโดยตรงได้เองเนื่องจากมีสถานะเป็นเพียงตัวแทนเท่านั้น

รูปแบบที่ 6 การร่วมมือทำธุรกิจตามสัญญาหรือ Business Cooperation Contract เป็นการร่วมทุนระหว่างหุ้นส่วนชาวเวียดนามกับชาวต่างประเทศในธุรกิจที่หุ้นส่วนชาวเวียดนามขาดความชำนาญในการดำเนินงาน จึงทำให้ข้อตกลงให้หุ้นส่วนชาวต่างประเทศซึ่งอาจจะมีมากกว่า 1 ราย เข้ามาร่วมทำธุรกิจด้วยโดยไม่มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทใหม่ แต่ทำสัญญาว่าจะแบ่งปันความรับผิดชอบและผลกำไรให้ เช่น ชาวเวียดนามที่ทำธุรกิจโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องการทำธุรกิจโรงฟอกย้อมแต่ยังขาดความชำนาญ จึงทำให้นักลงทุนชาวต่างประเทศเข้ามาร่วมดำเนินธุรกิจโดยตกลงจะแบ่งผลประโยชน์ ข้อดีของการลงทุนแบบนี้คือ ใช้เงินลงทุนน้อยอีกทั้งนักลงทุนต่างประเทศยังสามารถได้ผลกำไรที่ชัดเจนและโอนกลับสู่ประเทศได้ง่ายอีกด้วย ข้อเสียขาดความเป็นอิสระในการบริหารกิจการ

รูปแบบที่ 7 อื่น ๆ (Others) เช่น

- A Build Operate Transfer Contract เป็นข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างรัฐบาลเวียดนามกับนักลงทุนต่างชาติ โดยรัฐบาลเวียดนามอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติดำเนินการก่อสร้าง (Build) และดำเนินงาน (Cooperate) โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาที่กำหนดแล้ว นักลงทุนต่างชาติต้องโอน (Transfer) โครงการก่อสร้างดังกล่าวให้กับรัฐบาลเวียดนาม โดยรัฐบาลเวียดนามไม่ต้องจ่ายค่าทดแทนให้แก่การลงทุนต่างชาติ

- A Build – Transfer Contract เป็นข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร (Written Document) ระหว่างรัฐบาลเวียดนามกับนักลงทุนต่างชาติ โดยรัฐบาลเวียดนามอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติดำเนินการก่อสร้าง (Build) เช่น โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ จนแล้วเสร็จ หลังจากนั้นนักลงทุนต่างชาติต้องโอน (Transfer) โครงการก่อสร้างดังกล่าวให้แก่รัฐบาลเวียดนาม โดยรัฐบาลเวียดนามจะอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติไปดำเนินการก่อสร้างหรือบริหารโครงการลงทุนอื่น ๆ เพื่อให้ให้นักลงทุนต่างชาติได้รับผลตอบแทนคุ้มกับต้นทุนค่าก่อสร้างและมีผลกำไรตามสมควร

- A Build Transfer Operate Contract เป็นข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างรัฐบาลเวียดนามกับนักลงทุนต่างชาติ โดยรัฐบาลเวียดนามอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติดำเนินการก่อสร้าง (Build) โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ จนแล้วเสร็จ หลังจากนั้นนักลงทุนต่างชาติต้องโอน (Transfer) โครงการก่อสร้างหรือบริหารโครงการลงทุนอื่นๆ เพื่อให้ให้นักลงทุนต่างชาติได้รับผลตอบแทนคุ้มกับต้นทุนค่าก่อสร้างและมีผลกำไรตามสมควร

เวียดนามและการแก้ไขปัญหาห่วงในสหภาพยุโรป เวียดนามเป็นผู้ส่งออกกุ้งเป็นอันดับ 5 ของโลกรองจากประเทศไทย อินโดนีเซีย อินเดีย และเอกวาดอร์ เมื่อเวียดนามประสบปัญหาการตรวจสอบสารตกค้างในกุ้ง เช่นเดียวกับไทยและได้รับผลกระทบทำให้มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลของเวียดนามลดลงถึงร้อยละ 87

การแก้ไขปัญหาของเวียดนาม คือ เวียดนามได้ค้นหาข้อมูลได้แข่งกับสหภาพยุโรปโดยเวียดนามได้ศึกษาและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสารคลอแรมฟีนิกอลและไนโตรฟูเรนในกระบวนการผลิตสินค้าของสหภาพยุโรป เช่น นมผงทารกที่ผลิตในประเทศเนเธอร์แลนด์ซึ่งเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป (EU) และส่งมาขายในอาเซียน มีการตรวจพบสารคลอแรม ฟีนิกอลตกค้างใน

ระดับ 0.544 PPB และ 0.303 PPB นอกจากนี้ประเทศสมาชิกบางประเทศใน EU ยังอนุญาตให้ใช้ยาปฏิชีวนะต่าง ๆ ในการทำฟาร์มและอนุญาตให้มีการส่งออกเนื้อสัตว์ที่มีสารคลอแรมฟินิคอลตกค้างในระดับสูงถึง 10 PPB และใช้ข้อมูลนี้ได้ตอบ EU ในเวทีการประชุมระหว่างอาเซียนกับรัฐสภา EU เมื่อต้นเดือนกันยายน 2545 ส่งผลให้เวียดนามหลุดจากการตรวจสอบสินค้าอาหารทะเล 100% เมื่อปลายเดือนกันยายน 2545 ส่วนประเทศไทยยังคงอยู่ในบัญชีต้องตรวจสอบ 100%

เมื่อเวียดนามหลุดจากการตรวจสอบของสหภาพยุโรป 100% มีผลให้เวียดนามสามารถครอบครองส่วนแบ่งตลาดกุ้งใน EU ได้เพิ่มขึ้น จากข้อมูลสถิตินำเข้ากุ้ง มกราคม – มีนาคม 2545 ของสหภาพยุโรปมีการนำเข้ากุ้งจากไทยเป็นอันดับที่ 9 สัดส่วนร้อยละ 3.36 และเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.09 เป็นอันดับที่ 23

กิจกรรมที่ 6

ให้นักศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของการทำธุรกิจ ระหว่างประเทศของเวียดนามและผลกระทบต่อประเทศไทย

สรุป

การทำธุรกิจระหว่างประเทศทั้งผู้นำเข้าและผู้ส่งออกต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ซึ่งมีอิทธิพลและผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศได้แก่ สภาพแวดล้อมเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมการเมืองและกฎหมาย สภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ในบทนี้จะกล่าวเน้นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกต้องให้ความสนใจสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและข้อมูลเครื่องชี้เศรษฐกิจมหภาค เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ผลผลิตรวมภายในประเทศ การค้าระหว่างประเทศ หนี้สาธารณะ เงินคงคลัง การเงินการธนาคาร อัตราเพิ่มของระดับราคาและดัชนีราคา เป็นต้น ภาวะเศรษฐกิจของต่างประเทศที่จะทำธุรกิจและการค้าด้วยก็มีความสำคัญทำธุรกิจระหว่างประเทศต้องประเมินภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าโดยศึกษาข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค เช่น ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ รายได้ประชาชาติ รายได้ต่อหัว ผลิตภัณฑ์ในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน ภาวะเศรษฐกิจเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย จำนวนผู้ว่าง

งาน ค่าครองชีพ การลงทุน การเติบโตของเศรษฐกิจและความมั่นคง คุณภาพการเงิน คุณการค่า ฯลฯ นอกจากนั้นผู้ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศควรมุ่งสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศเจ้าของกิจการ สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศที่ไปลงทุนและสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ผู้ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศต้องทราบภาวะเศรษฐกิจโลกประกอบในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะวิกฤตการณ์เศรษฐกิจและการเงินในภูมิภาคเอเชีย ปี 2540 ส่งผลกระทบต่อภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ก่อให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจถดถอยในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ วิกฤตเศรษฐกิจของบราซิล ทำให้เศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มละตินอเมริกาชะลอตัวลง ปัญหาภาวะเงินเฟ้อ เงินฝืด เศรษฐกิจถดถอย ประเทศต่าง ๆ ในโลกและผลกระทบที่ตามมา

หลายประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศของตนไปสู่ภาคเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) มากขึ้น ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมากขึ้น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญในการค้าและการติดต่อสื่อสาร ประเทศกำลังพัฒนาเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศไปสู่ภาคเศรษฐกิจใหม่ โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ เช่น อาเซียน เอเปค ยุโรป ฝรั่งเศส สเปน เยอรมนี สวีเดนและฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาไปสู่ภาคเศรษฐกิจใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจและการนิยมใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างแพร่หลายช่วยให้การติดต่อสื่อสารซื้อขายสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพรู้จักกันทั่วโลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ทำให้ผู้ซื้อสามารถหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการเปรียบเทียบราคาเสนอขายจากหลายร้านค้าได้ในเวลาที่รวดเร็ว สามารถติดต่อลูกค้าได้ทั่วโลก ใช้บุคลากรจำนวนน้อย เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ลดขั้นตอนการติดต่อธุรกิจ สามารถติดต่อได้รวดเร็ว ลดคนกลาง ผู้ซื้อผู้ขายสามารถติดต่อกันได้โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าได้ การทำอี-คอมเมิร์ซ มี 3 ประเภท คือ (1) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (2) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (3) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ประเทศไทยใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการบริการทางการเงิน เช่น โครงการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (เป็นบัตรเครดิต เช็คอิเล็กทรอนิกส์และเงินสดดิจิทัล สถาบันการเงินปรับกลยุทธ์ให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สร้างความเชื่อถือและยอมรับแทนสื่อการชำระเงินกระดาษ เนื่องจากการแข่งขันสูงระหว่างสถาบันการเงิน การบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส

(Counter Service) เช่น 7 – Eleven เกาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ การบริการชำระเงินทางออนไลน์และการเชื่อมโยงข้อมูลกับสถาบันการเงินการโอนเงินระหว่างประเทศเป็นการใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในประเทศไทยผู้ใช้ Internet เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจำนวนมากค้าขายผ่าน Internet การใช้ e-mail และการหาข้อมูลใน World Wide Web เป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน การนำระบบ EDI มาใช้ของกรมศุลกากร รัฐบาลก็มีการวางแผนการใช้ระบบ อี-คอมเมิร์ซ สนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อประเทศไทยในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ประการหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาก็คือ คู่แข่งขัน ประเทศคู่แข่งที่สำคัญก็คือจีน ดังนั้นจึงควรวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อทราบข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศในด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศไทยกับจีน ระหว่างจีนกับตลาดโลก ตลาดส่งออกของจีน ฯลฯ เมื่อจีนเป็นสมาชิก WTO มีผลกระทบต่อประเทศไทยในด้านต่าง ๆ คือด้านการลงทุน การแข่งขันระหว่างไทยกับจีนในตลาดประเทศที่สาม ด้านการค้า นอกจากนั้นประเทศไทยยังมีคู่แข่งรายใหม่ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม เวียดนามได้เร่งรัดพัฒนาประเทศและมีบทบาทสำคัญบนเวทีการค้าโลก นโยบายส่งเสริมการลงทุนของเวียดนามดึงดูดเงินเข้าประเทศเพิ่มขึ้นและเป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยทั้งด้านการค้าและการลงทุน

แบบฝึกหัด

1. วิเคราะห์เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ตามหัวข้อดังต่อไปนี้
 - 1.1 ผลกระทบต่อประชาชาติ
 - 1.2 รายได้ประชาชาติ
 - 1.3 รายได้ต่อหัว
 - 1.4 ผลกระทบในประเทศ
 - 1.5 อัตราเงินเฟ้อ
 - 1.6 การเงินการคลัง
 - 1.7 อัตราแลกเปลี่ยน
2. จงวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ผ่านมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน
3. จงเปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ หรือเศรษฐกิจยุคไอทีในต่างประเทศ เช่น อเมริกา ยุโรป เอเชีย ลาตินอเมริกา ฯลฯ
4. ตามความเข้าใจของท่าน “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” หมายความว่าอย่างไร มีบทบาทและความสำคัญอย่างไรในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลอดจนแนวโน้มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
5. ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันสูงกับประเทศจีนซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต เนื่องจากค่าแรงงานของประเทศจีนถูกกว่าประเทศไทย นอกจากนี้ก็มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาคือ เวียดนาม ให้วิเคราะห์ ดังต่อไปนี้
 - 5.1 ผลกระทบต่อประเทศไทยและตลาดคู่แข่งเมื่อจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก
 - 5.2 การค้าของประเทศจีนกับตลาดโลกย้อนหลัง 10 ปี
 - 5.3 การค้าระหว่างประเทศระหว่างจีนและไทย
 - 5.4 แนวโน้มการค้าระหว่างประเทศของจีนในอนาคต
 - 5.5 การค้าระหว่างประเทศไทยกับเวียดนาม
 - 5.6 การแข่งขันการค้าระหว่างประเทศไทยกับเวียดนาม